

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 01/2025

EDITAL Nº01/2025

PROCESSO Nº570/2025

A Câmara Municipal de Lorena, por intermédio da Presidente desta Casa, Sra. Élide do Amaral Vieira, informa que está aberta, nesta municipalidade, a Concorrência Pública nº 01/ 2025, do tipo **técnica e preço**.

A presente licitação reger-se-á pelas normas pertinentes à Lei Federal nº 12.232/2010, Lei nº 4.680/1965, Decreto Federal nº 57.690/1966, Decreto Federal nº 4.563/2002, de forma complementar à Lei nº 14.133/2021, bem como pelas normas do presente edital e seus anexos.

O edital estará disponível gratuitamente a partir da sua publicação no site da Câmara Municipal de Lorena e Portal Nacional de Compras Públicas. Poderá ser solicitado por e-mail no endereço: licitacoes@camaralorena.sp.gov.br, ou consultado e retirado presencialmente na Câmara Municipal de Lorena, mediante o fornecimento de mídia pen drive para gravação do edital e seus anexos.

O envelope destinado à apresentação da via não identificada do plano de comunicação publicitária será padronizado e fornecido previamente pela Câmara, sem nenhum tipo de identificação.

A retirada do envelope (via não identificada) deverá ser realizada presencialmente no Setor de Compras da Câmara Municipal de Lorena, localizada na Praça Baronesa de Santa Eulália, nº 02 - Centro - Lorena/SP, CEP 12600-180.

Esta licitação será realizada de forma presencial, de acordo com o permissivo do artigo 17, §2º, da Lei nº 14.133/2021, levando-se em consideração as especificidades da forma de apresentação das propostas técnicas, em que uma via do plano de comunicação será apresentada de forma apócrifa, para ser avaliada e julgada por subcomissão técnica especialmente composta. Dessa forma, ainda não há garantias técnicas de que, caso fosse utilizada a forma eletrônica para a apresentação das propostas, a via não identificada do plano de comunicação não seria identificada antecipadamente, o que poderia invalidar o certame.

Os interessados deverão entregar os envelopes na sessão a ser instaurada pela Comissão de Contratação, **no dia 13 outubro de 2025, às 10 horas**.

DO OBJETO

1.1. Do objeto, a presente licitação tem por objeto a prestação de serviço de publicidade para realização de atividades integradas que possibilitem 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, serviços que compreendem:

- a)** estudo, planejamento, conceituação, concepção, criação, execução interna, intermediação e supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e meios de divulgação;
- b)** Produção e execução técnica das peças e projetos criados;
- c)** Planejamento e execução de pesquisas, avaliação e de geração de conhecimento relacionado a determinada ação publicitária;
- d)** Criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando à expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias.

1.1.1. As pesquisas e outros instrumentos de avaliação previstos no item “c” terão a finalidade de gerar conhecimento sobre o mercado ou o ambiente de atuação do Município, o público-alvo, e os veículos de

divulgação nos quais serão difundidas as campanhas ou peças, aferir a eficácia do desenvolvimento estratégico, da criação e da divulgação de mensagens e possibilitar a avaliação dos resultados das campanhas ou peças.

1.1.2. Os serviços previstos no subitem 1.1.1. não abrangem as atividades de ações promocionais, de patrocínio e de assessoria de comunicação, imprensa e relações públicas e a realização de eventos festivos de qualquer natureza.

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

1.2. Para a prestação dos serviços será contratada uma agência de propaganda, doravante denominada agência, licitante ou contratada.

1.2.1. A licitante não poderá subcontratar outra agência de propaganda para a execução de serviços previstos no subitem 1.1 deste Edital.

1.2.2. A agência atuará por conta e ordem do Município na contratação de fornecedores de bens e serviços especializados para a execução das atividades complementares a que se refere o subitem 1.1. e de veículos e demais meios de divulgação para a transmissão das mensagens publicitárias (Art. 3º da Lei nº 4.680/65 c/c ao Art. 2º da Lei nº 12.232/10).

2. DAS CONDIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO

2.1. Poderão participar do presente certame agências de publicidade, autorizadas na forma da Lei nº 4.680/65 e suas alterações, se houver, bem como atenderem às exigências de habilitação.

2.2. Não será permitida a participação:

2.2.1. De empresas estrangeiras que não funcionem no País;

2.2.2. De interessados cuja falência tenha sido decretada, ou em processo de falência, liquidação ou recuperação judicial ou extrajudicial;

2.2.3. De consórcio 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 da agência 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.

2.2.4. De servidor ou dirigente de órgão ou entidade contratante ou responsável pela licitação, nos termos do art. 9º., parágrafo 1º. da lei 14.133/21.

2.2.5. Daqueles que tenham sido punidos com suspensão temporária do direito de licitar impedidas de contratar com este Município, nos termos do art. 156, III, parágrafo 4º. da lei 14.133/21 ou declaradas inidôneas pelo poder Público e não reabilitadas.

2.2.6. Não poderão participar da licitação as agências integrantes de um mesmo grupo – assim entendidas, para efeito deste Edital, aquelas que tenham diretores ou sócios em comum.

2.3. A participação na presente concorrência implica, tacitamente, para a licitante:

- a) a confirmação de que recebeu da Comissão de Contratações o **ENVELOPE Nº 1**, conforme previsto no preambulo do Edital e as informações necessárias ao cumprimento desta Concorrência;
- b) a aceitação plena e irrevogável de todos os termos, cláusulas e condições constantes deste Edital e de seus anexos;
- c) a observância dos preceitos legais e regulamentares em vigor, e
- d) a responsabilidade pela fidelidade e legitimidade das informações e dos documentos apresentados em qualquer fase do processo.

2.4. A licitante assume todos os custos de preparação e apresentação dos Documentos de Habilitação e Propostas exigidos nesta Concorrência, ressalvado que o Município não será, em nenhum caso, responsável por esses custos, independentemente da condução ou do resultado do processo licitatório.

3. DO CREDENCIAMENTO

3.1. No ato da entrega dos envelopes com as Propostas Técnicas e de Preços o representante da licitante apresentará à Comissão de Contratações o documento que o credencie a participar deste certame, juntamente com seu documento de identidade de fé pública, de acordo com o modelo sugerido no **Anexo IV, fora dos envelopes**.

3.1.1. 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, em ambos os casos autenticada em cartório ou apresentada junto com o documento original, para permitir que a Comissão de Contratações ateste sua autenticidade.

3.1.2. 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, no mínimo com os poderes constantes do modelo que constitui o **Anexo IV**.

3.1.2.1. Na hipótese de apresentação por intermédio de procuração, deverá ser juntada a cópia autenticada do ato que estabelece a prova de representação da empresa, em que constem os nomes dos sócios ou dirigentes com poderes para a constituição de mandatários.

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

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

3.1.5. Caso a licitante não deseje fazer-se representar nas sessões de recepção e abertura, deverá encaminhar as Propostas Técnica, de Preços e os Documentos de Habilitação, quando solicitado, por meio de portador.

3.1.5.1. Nesse caso, o portador deverá efetuar a entrega dos envelopes diretamente à Comissão de Contratações, na data, hora e local indicados no preâmbulo deste Edital.

3.1.5.2. Será admitido apenas 01 (um) representante para cada Licitante.

4. DA APRESENTAÇÃO DOS DOCUMENTOS E DAS PROPOSTAS

4.1. As **Propostas Técnicas, de Preços e os Documentos de Habilitação** deverão ser apresentados à Comissão de Contratações em envelopes distintos e separados, na forma a seguir discriminadas:

4.2. ELABORAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA

4.2.1 A licitante deverá elaborar sua Proposta Técnica estruturada de acordo com os quesitos e subquesitos a seguir:

QUESITOS	SUBQUESITOS
I – Plano de Comunicação publicitária	Raciocínio Básico
	Estratégia de Comunicação Publicitária
	Ideia Criativa
	Estratégia de Mídia e Não Mídia
II – Capacidade de Atendimento	
III – Repertório	
IV – Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	

4.2.2. A Proposta Técnica deverá ser redigida em língua portuguesa – salvo quanto a expressões técnicas de uso corrente – com clareza e sem emendas ou rasuras.

QUESITOS:

I – PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

4.3. O Plano de Comunicação Publicitária deverá ser 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:

I – Formatação realizada conforme subitem 4.3.5. a 4.3.9 – Elaboração em 02 (duas) vias, quais sejam:

a) Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada;

I. O Plano de Comunicação Publicitária – Via Não identificada não poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que possibilite, por si só, a identificação de sua autoria antes da abertura do invólucro n. 2.

b) Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada.

II. O Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada deverá constituir-se em exemplar com o mesmo conteúdo da Via Não Identificada – sem os exemplos de peças e ou material da Idéia Criativa e conter a identificação da licitante, assim como data e assinatura na última página e rubrica nas demais, por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos.

SUBQUESITOS:

4.3.1. Raciocínio Básico é um subquesito que deverá ser desenvolvido por meio de texto, gráfico e/ou tabela no qual a licitante fará um diagnóstico das necessidades de comunicação publicitária do Município, sua compreensão sobre o objeto da licitação e, principalmente, sobre o desafio de comunicação expresso no briefing.

4.3.2. Estratégia de Comunicação Publicitária é um subquesito que deverá ser 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 relacionados a esse desafio expressos no briefing, compreendendo:

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

II. 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.

4.3.3. Idéia Criativa é um subquesito por meio do qual a licitante apresentará proposta de campanha publicitária para a execução da sua proposta de Estratégia de Comunicação Publicitária.

4.3.3.1. 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. A relação das peças ou material que compõem a campanha deverá ser relacionada em dois blocos: um, com a indicação das peças corporificadas e outro, com a indicação das peças não corporificadas.

4.3.3.2. A relação deverá indicar as peças e ou material que foram corporificados nos termos do subitem 4.3.3.3.

4.3.3.3. Da relação de peças e ou material, a licitante deverá escolher e apresentar como exemplos as 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. Limitar-se, sob pena de desclassificação, a 10 (dez) exemplos, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça e/ou material, observadas 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;

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

4.3.3.3.2. Na elaboração do animatic poderão ser inseridas fotos e imagens estáticas, além de trilha, voz de personagens e locução.

4.3.3.3.3. Cada exemplo de peça e ou material deverá trazer indicação sucinta (exemplos: “cartaz”, “filme TV”, “spot rádio”, “anúncio revista”, “monstro internet”) formatada conforme previsão do subitem 4.3.5., VIII, destinada a facilitar seu cotejo com a relação de peças e ou material a que se refere o subitem 4.3.3.1.

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

- I. storyboards animados e animatics, para TV e cinema: avi, mov. Wmv, mpeg, vob;
- II. protótipos e monstros, para rádio: mp3, wma;
- III. protótipos e monstros, para internet: pdf, jpg, html, mpeg, swf e mov.

4.3.3.3.5. Os exemplos de peças e ou material devem ter formatos compatíveis com suas características e se adequarem às dimensões do invólucro n. 1.

4.3.3.3.6. Peças que não se ajustem às dimensões do invólucro n. 1 poderão ser dobradas.

4.3.3.3.7. As peças gráficas poderão ser impressas em tamanho real ou reduzido – desde que não prejudique sua leitura- sem limitação de cores.

4.3.4. Estratégia de Mídia e Não Mídia é um subquesto que deverá ser desenvolvido por meio de textos, tabelas, gráficos e ou planilhas nos quais deverá ser apresentada:

I. justificativa da estratégia e das táticas recomendadas, em consonância com a estratégia de comunicação publicitária sugerida pela licitante e em função da verba referencial indicada no briefing;

II. simulação do plano de distribuição em que a licitante identificará todas as peças e ou material constantes da relação prevista no subitem 4.3.3.1.

4.3.4.1. Da simulação do plano de distribuição deverá constar um resumo geral com informações sobre, pelo menos:

- I** – Período de distribuição das peças e/ou material;
- II** – Quantidades de inserções das peças em veículos de divulgação;
- III** – Valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em veículos de divulgação, separadamente por meios;
- IV** – Valores (absolutos e percentuais) alocados na produção e/ou na execução técnica de cada peça destinada a veículos de divulgação;
- V** – Quantidades a serem produzidas de cada peça e ou material de não mídia;
- VI** – Valores (absolutos e percentuais) alocados na produção de cada peça e ou material de não mídia;

4.3.4.2. 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.

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

- I** – Os preços das inserções em veículos de comunicação devem ser os de tabela cheia, vigentes na data de publicação do aviso de licitação;
- II** – Deve ser desconsiderado o repasse da parte do desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da lei 4.680/65;
- III** – Devem ser desconsiderados os custos internos e os honorários sobre todos os serviços de fornecedores.
- IV** – para veículos de comunicação que não atuem com tabelas de preços Públicos, mas que possam ser considerados como formas inovadoras de comunicação (tais como mídia programática, *trading desks* e redes sociais) a Licitante deverá informar o montante de investimento proposto a ser utilizado com essas ferramentas no âmbito de sua estratégia, assim como para o alcance dos objetivos previamente estabelecidos, definindo em sua proposta quais métricas serão utilizadas para atingi-los (ex: com, true views, taxa de impressão, geração de leads, custo por alcance, cpc, cpe, custo por visualização de vídeo, custo por curtida entre outros).
- V** – Para fins desta Licitação, a publicidade em plataformas digitais, exemplo da programação de publicidade nas redes sociais *Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn* e Youtube, está inserida no conceito de forma inovadora de comunicação.

FORMATÇÃO DO PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

4.3.5. O caderno específico que compõe o Plano de Comunicação Publicitária deverá observar a seguinte formatação:

- I** – Caderno único, orientação retrato, com espiral preto colocado à esquerda;
- II** – capa e contracapa em papel A4 branco, com até 90 gr/m², ambas em branco.
- III** – Conteúdo impresso em papel A4, branco, com até 90 gr/m², orientação retrato;
- IV** – Espaçamento de 2 cm, nas margens direita e esquerda, a partir da borda;

- V** – títulos, entretítulos, parágrafos e linhas subsequentes sem recuos;
- VI** – Espaçamento “simples” entre linhas e, opcionalmente, duplo após título e entretítulos e entre parágrafos;
- VII** – Alinhamento justificado do texto.
- VIII** – texto e numeração de páginas em fonte “arial”, cor “automático”, tamanho “12 Pontos”;
- IX** – Numeração em todas as páginas, pelo editor de textos, a partir da primeira página interna, em algarismos arábicos, na parte inferior da página, do lado direito.

4.3.6. Os textos do Raciocínio Básico, da Estratégia de Comunicação Publicitária e da relação de peças e ou material prevista no subitem 4.3.3.1. 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 subquestos.

4.3.6.1. Os textos, tabelas, gráficos e planilhas da Estratégia de Mídia e não Mídia não estão limitados a número de páginas.

4.3.7. Os exemplos de peças e ou material integrantes do subquesto Idéia Criativa deverão ser apresentados em papel A4 ou A3, em papel até 90 gr, sem suporte:

4.3.8. As tabelas e gráficos integrantes dos subquestos Raciocínio Básico e Estratégia de Comunicação Publicitária poderão:

- I** – Ser editados em cores;
- II** – Ter seu conteúdo editado com a fonte “arial”, tamanho “10 pontos”;
- III** – Ser apresentado em papel A3 dobrado, que será considerado 02 (duas) páginas para efeito do subitem 4.3.6.

4.3.9. As tabelas, gráficos e planilhas integrantes do subquestos Estratégia de Mídia e Não Mídia poderão:

- I** – Ser editados em cores;
- II** – Ter fontes e tamanhos de fonte habitualmente utilizados nesses documentos, não sendo exigida formatação de margem específica;
- III** – Ser apresentados em papel A3 dobrado.

II – CAPACIDADE DE ATENDIMENTO

4.4. A 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:

- I** – A relação nominal dos seus principais clientes na data da apresentação das Propostas, com a especificação do início de atendimento de cada um deles;
- II** – A quantificação e a qualificação do(s) profissional (is) que poderá (a) ser colocado (s) à disposição da execução do contrato, e suas qualificações discriminando-se as áreas de estudo e planejamento, criação, produção de rádio, TV, cinema, internet, produção gráfica, mídia e atendimento;

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

b) 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 do Município.

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

II – 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;

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

4.4.1. Os documentos e informações que compõem o caderno específico mencionado no subitem 4.4. deverão ser formatados em orientação retrato, em papel A4 ou A3 dobrado, com ou sem o uso de cores, em fonte “arial”, tamanho “12 pontos”, em folhas numeradas sequencialmente, a partir da primeira página interna, rubricadas e assinada na última por quem detenha poderes de representação da licitante na forma de seus atos constitutivos.

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

III – REPERTÓRIO

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

4.5.1. 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:

I – As peças e/ou material devem ter sido veiculados, expostos ou distribuídos a partir de 1º de janeiro de 2019;

II – 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);

III – As peças gráficas poderão integrar o caderno específico ou ser apresentadas separadamente (soltas).

a) Se apresentadas separadamente (soltas), as peças poderão ter qualquer formato, podendo inclusive ser apresentadas dobradas ou não.

I – As peças e ou material não podem se referir a ações executadas no âmbito de contratos de prestação de serviços de publicidade de que o Município seja ou tenha sido signatária;

II – Formatação na orientação retrato, em fonte “arial”, tamanho “12 pontos”, com ou sem o uso de cores, em folhas numeradas sequencialmente, a partir da primeira página interna, rubricadas e assinada na última por quem detenha poderes de representação da licitante na forma de seus atos constitutivos;

III – Edição em papel A4 ou A3, de até 90 gr., preservada, em qualquer hipótese, a compreensão de seu conteúdo e a indicação das dimensões originais das peças neles contidas.

4.5.1.1. Para cada peça e ou material previstos no subitem 4.5.1, 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, exposição e ou distribuição e, no caso de veiculação, menção de pelo menos um veículo que divulgou cada peça.

4.5.1.2. A apresentação de peças e ou material em número inferior ao exigido no subitem 4.5.1 implica, para este quesito, pontuação máxima proporcional ao número de peças apresentadas.

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

IV – RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO

4.6. 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 ou ex-clientes, desde que estes últimos tenham sido atendidos em período posterior a 31 de dezembro de 2019.

4.6.1. As propostas de que trata o subitem 4.5 devem ter recebido a autorização para sua produção ou ter sido veiculadas a partir de 1º de janeiro de 2019.

4.6.2. A apresentação de apenas 1 (um) relato no caderno específico implica, para este quesito, pontuação máxima equivalente à metade de pontuação máxima prevista para esse quesito.

4.6.3. Os relatos deverão estar formalmente referendados pelos respectivos clientes ou ex-clientes, desde que estes tenham sido atendidos em período posterior a 31 de dezembro de 2019 e não podem referir-se a ações executadas no âmbito de contratos de prestação de serviços de publicidade de que o Município seja ou tenha sido signatário.

4.6.3.1. 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 e assinatura na última página.

4.6.3.2. 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, além da assinatura do autor do referendo.

4.6.4. Para cada Relato, é permitida a inclusão de até 5 (cinco) peças e ou material – não computados no limite de páginas a que se refere o subitem 4.6 – independentemente do meio de divulgação, tipo ou característica da peça, caso em que, se incluídos:

I – 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).

II – As peças gráficas poderão integrar o caderno específico mencionado no subitem 6.5, ou ser apresentadas separadamente (soltas), preservada, em qualquer hipótese, a compreensão de seu conteúdo e a indicação de suas dimensões originais: Se apresentadas separadamente (soltas), as peças poderão ter qualquer formato, podendo inclusive ser apresentadas dobradas ou não.

III – Para cada peça e ou material, deverá ser apresentada ficha técnica com os dados técnicos de produção e/ou veiculação.

4.6.5. Os documentos e informações que compõem o caderno específico mencionado no subitem 4.6 deverão ser formatados em orientação retrato, em papel A4, com ou sem o uso de cores, em fonte “arial” tamanho “12 pontos”, em folhas numeradas sequencialmente, a partir da primeira página interna, no canto inferior direito, rubricadas e assinadas na última por quem detenha poderes de representação da licitante na forma de seus atos constitutivos.

4.6.5.1. Não há limitação de número de páginas para relatos de soluções de problemas de comunicação.

5. ELABORAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇO

5.1. A Proposta de Preço deverá ser elaborada conforme modelo constante do **Anexo III**, informando o **percentual de honorários, sem a quebra de percentual, na forma indicada no subitem 8.1, alíneas “a” do edital**, incidente sobre o preço dos serviços especializados prestados por fornecedores, referentes:

- (I) à produção e à execução técnica de peça e ou material, assim como
- (II) ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos, de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas ou a serem realizadas;
- (III) à criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias;
- (IV) à intermediação na contratação de mídia digital, no caso em que os veículos não remunerarem a agência pelo desconto de agência, na forma do disposto no artigo 11 da Lei nº 4.682/65 e
- (V) **o desconto, sob forma de percentual, na forma indicada no subitem 8.1, alínea “b” do edital, sem quebra de percentual, 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, em vigor, nos termos do art. 11 da Lei 4.680/65, evitando-se a inexequibilidade do contrato administrativo que vier a ser firmado e a remuneração pela intermediação na compra de mídia digital, nos casos em que os veículos não remunerarem com o desconto de agência:

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 e 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 remunerarem 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.);

VI – Os honorários propostos deverão observar o disposto no item **19**;

VII – A Proposta de Preço deverá ter declaração da licitante:

- Comprometendo-se a envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores de serviços especializados e veículos, quando for o caso, transferindo ao Município as vantagens obtidas;
- Informando estar ciente e de acordo com as disposições alusivas a direitos autorais estabelecidas na minuta de contrato,
- Apresentar, à parte, declaração de que a proposta foi elaborada de maneira independente, conforme modelo Anexo VII.

5.1. A Proposta de Preço poderá adotar o modelo sugerido no Anexo III e deverá ser datada e assinada por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos devidamente identificado, de forma firme e precisa, sem propostas alternativas ou condicionadas que induzam o julgamento a ter mais de um resultado.

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

5.1.2. A classificação das Propostas de preço observará a ordem crescente dos percentuais apresentados, sendo considerada como a de menor preço aquela que receber maior pontuação, referente ao percentual de honorários mencionados no subitem 5.1. e de percentual de descontos sobre a Tabela de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de São Paulo e o percentual de remuneração pela intermediação na aquisição de mídia digital, nos casos em que os veículos não remunerem a agência com desconto de agência.

5.1.3. O prazo de validade da Proposta de Preço deverá ser de, no mínimo, 60 (sessenta) dias, a contar da data da abertura da reunião de licitação, indicada na epígrafe deste Edital.

6. DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO (ENVELOPE nº 5)

6.1. Os documentos de habilitação serão apresentados apenas pelas licitantes classificadas no julgamento final das propostas, nos termos do artigo 6º, inciso I, c/c o artigo 11, inciso XI, da Lei nº12.232/2010.

6.1.1. HABILITAÇÃO JURÍDICA:

- a) Registro comercial, em caso de empresa individual;

b) Ato constitutivo, estatuto ou contrato social em vigor, em se tratando de sociedades comerciais, devidamente registrado e acompanhado de documentos de eleição de seus administradores, quando se tratar de sociedades por ações;

b.1) Os documentos mencionados na alínea “b” deverão estar acompanhados de todas as suas alterações ou sob forma consolidada e deles deverá constar, entre os objetivos sociais, a execução de atividades da mesma natureza ou compatível com o objeto desta Concorrência;

c) Inscrição do ato constitutivo em cartório de Registros de Pessoas Jurídicas ou Junta Comercial da sede da empresa, no caso de sociedades civis, acompanhada de prova da diretoria em exercício.

6.1.2. REGULARIDADE FISCAL E TRABALHISTA

- a) Prova de inscrição no Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica (CNPJ);
- b) Prova de inscrição no Cadastro de Contribuintes Municipal e/ou Estadual, relativo ao domicílio ou sede da licitante, pertinente ao seu ramo de atividade e compatível com o objeto contratual;
- c) Prova de regularidade para com a **Fazenda Federal**, mediante a apresentação de Certidão Conjunta Negativa de Débitos (ou positiva com efeitos de negativa), relativos a Tributos Federais e à Dívida Ativa da União, expedida pela Câmara da Receita Federal;
- d) prova de regularidade para com a **Fazenda Estadual**, mediante apresentação de certidão negativa (ou positiva com efeitos de negativa) de tributos estaduais, expedida no local do domicílio ou da sede da licitante;
- e) prova de regularidade para com a **Fazenda Municipal**, mediante apresentação de certidão negativa (ou positiva com efeitos de negativa) de tributos mobiliários, expedida no local do domicílio ou da sede da licitante;
- f) Prova de regularidade perante o Sistema de Seguridade Social (**INSS**), mediante a apresentação da CND – Certidão Negativa de Débito (ou positiva com efeitos de negativa);
- g) Prova de regularidade perante o Fundo de Garantia por Tempo de Serviço (**FGTS**), por meio da apresentação da CRF – Certificado de Regularidade do FGTS;
- h) Prova de inexistência de débitos inadimplidos perante a **Justiça do Trabalho**, mediante a apresentação de CNDT – Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas (ou positiva com efeitos de negativa), de acordo com a Lei nº 12.440/2011.

6.1.3. Qualificação Técnica:

a) Prova de aptidão para o desempenho de atividade pertinente em características com o objeto desta licitação, por meio da apresentação de atestado(s) expedidos(s) por pessoa jurídica de direito público ou privado.

a.1) O(s) atestado(s) deverá(ão) estar necessariamente em nome da licitante e indicar que a proponente executou, em qualquer quantitativo, o objeto desta licitação.

b) Apresentação do certificado de qualificação técnica na forma do disposto no artigo 4o. da lei 12.232/2010, fornecida pelo Conselho Executivo das Normas-Padrão – CENP ou por entidade equivalente, legalmente reconhecida como fiscalizadora e certificadora das condições técnicas de agência de propaganda.

6.1.4. Qualificação Econômico-Financeira:

- a) Certidão negativa de falência, expedida pelo distribuidor da sede da pessoa jurídica, cuja pesquisa tenha sido realizada em data não anterior a **60 (sessenta) dias** da data prevista para a apresentação dos envelopes.
- b) Certidão negativa de recuperação judicial ou extrajudicial expedida pelo distribuidor da sede da pessoa jurídica;
- b.1) Nas hipóteses em que a certidão encaminhada for positiva, deve o licitante apresentar comprovante da homologação/deferimento pelo juízo competente do plano de recuperação judicial/extrajudicial em vigor.
- c) Comprovação de capital mínimo ou de patrimônio líquido mínimo, correspondendo a 5% sobre o valor do contrato, de acordo com o seu último balanço patrimonial e demonstrações contábeis.
- d) **Balanço patrimonial e demonstrações contábeis do dois últimos exercícios sociais**, observada a exceção disposta no parágrafo 6º. do artigo 69 da lei n. 14.133/21, com os respectivos termos de abertura e encerramento, já exigíveis e apresentados na forma da lei, que comprovem a boa situação financeira da empresa, vedada sua substituição por balancetes ou balanços provisórios, devidamente registrados no órgão competente e assinados por contador; podendo ser atualizados por índices oficiais quando encerrados a mais de 03 (três) meses da data de apresentação dos Documentos de Habilitação.
- d.1) Nos casos de empresas recém-constituídas, com tempo de atividade inferior a 01 (um) ano, a alínea “d” deverá ser substituída por balanço de abertura, devidamente registrado ou autenticado no órgão competente e assinado por contador;
- d.2) Nos casos de sociedades regidas pela Lei Federal nº 6.404/76 (sociedade anônima), deverá ser apresentado através de publicação em Diário Oficial;
- d.3) A boa situação financeira de todas as licitantes será avaliada pelos índices de Liquidez Geral (LG) e Liquidez Corrente (LC), iguais ou maiores que 1,00 (um), e índice de Endividamento Total (ET), igual ou menor a 0,50, resultantes da aplicação das fórmulas abaixo, com os valores extraídos de seu balanço patrimonial, apresentados em documento específico, assinado pelo representante legal da empresa e contador, registrado no Conselho Regional de Contabilidade (CRC), devidamente identificados:

LC (Índice de Liquidez Corrente)

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

PC

sendo:

AC = Ativo Circulante

PC = Passivo Circulante

LG (Índice de Liquidez Geral)

$$\underline{LG = AC + RLP}$$

PC + ELP sendo:

AC = Ativo Circulante

PC = Passivo Circulante

ELP = Exigível a Longo Prazo

RLP = Realizável a Longo Prazo

ET (Endividamento Total)

$$\underline{ET = PC + ELP}$$

AT sendo:

PC = Passivo Circulante

ELP = Exigível a Longo Prazo

AT = Ativo Total

6.1.5. Documentação Complementar

- a) Declaração da licitante, elaborada em papel timbrado e subscrita por seu representante legal, de que se não emprega mão-de-obra de menor, e de inexistência de fato impeditivo (cf. art. 14 da Lei 14.133/21) conforme modelo sugerido no **Anexo V**;
- b) Declaração formal do licitante afirmando ser Microempresa ou Empresa de Pequeno Porte ou equiparado, quando couber e que cumpre os requisitos estabelecidos na Lei Complementar n. 123/2006, bem como os requisitos dispostos nos parágrafos 1º. Ao 3º. Do artigo 4º. Da lei 14.133/21.
- c) Declaração de Inexistência de Fatos Superveniente, conforme modelo sugerido no Anexo VI.

7. DO JULGAMENTO DA PROPOSTA TÉCNICA

7.1. As **Propostas Técnicas** serão examinadas, preliminarmente, quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Edital e em seus Anexos.

7.2. O critério de julgamento para a classificação das licitantes será o de **TÉCNICA E PREÇO**, nos termos do art. 5º da Lei 12.232/2010 e dos arts. 36 e seu parágrafo 2º. da Lei 14.133/21, sendo que é estabelecido o peso **0,70** para a Proposta Técnica e peso **0,30** para a Proposta de Preço.

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

7.3.1. PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

7.3.1.1. **Raciocínio Básico (10 pontos)** – a acuidade de compreensão:

- das funções e do papel do Município nos contextos social, político e econômico;
- da natureza, da extensão e da qualidade das relações do Município com seus públicos;
- das características do Município e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária;
- o desafio de comunicação expresso no briefing
- sobre a natureza e a extensão do objeto da licitação;
- das necessidades de comunicação o Município para solucionar esse desafio.

7.3.1.2. Estratégia de Comunicação Publicitária (20 pontos)

Adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza e à qualificação do Município e ao desafio de comunicação;

Consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito propostos;

Riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação do Município com seus públicos;

Adequação e a exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do desafio de comunicação expresso no Briefing;

Consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta.

Capacidade de articular os conhecimentos sobre a comunicação publicitária, o desafio de comunicação expresso no briefing, seus públicos, os objetivos de comunicação e a verba disponível.

7.3.1.3. Ideia Criativa (20 pontos)

Adequação ao desafio de comunicação;

Adequação à estratégia de comunicação publicitária sugerida pela licitante;

Adequação ao universo cultural do público-alvo;

Multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;

Originalidade da combinação dos elementos que a constituem;

Simplicidade da forma sob a qual se apresenta;

Pertinência às atividades de comunicação do Município, assim como sua inserção nos contextos social, político e econômico;

Desdobramentos comunicativos que ensejam conforme demonstrado nos exemplos de peças e ou material apresentados;

Exequibilidade das peças e ou do material;

Compatibilidade da linguagem utilizada nas peças e ou no material aos meios e aos públicos propostos.

7.3.1.4. Estratégia de Mídia e Não Mídia (15 pontos)

Conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação do público-alvo;

Capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos;

Consistência do plano simulado de distribuição das peças e ou do material em relação aos dois subitens anteriores;

Pertinência e oportunidade demonstradas no uso dos recursos de comunicação próprios do Município;

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

Otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa.

7.3.2. CAPACIDADE DE ATENDIMENTO (15 pontos)

Porte e a tradição dos clientes atuais da licitante e o conceito de seus produtos e serviços no mercado;
Experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias;
Adequação das qualificações e das quantificações desses profissionais à estratégia de comunicação publicitária do Município;
Adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que estarão à disposição da execução do contrato;
Operacionalidade do relacionamento entre o Município e a licitante, esquematizado na proposta;
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 do Município, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato.

7.3.3. REPERTÓRIO (10 pontos)

Idéia criativa e sua pertinência ao problema que a licitante se propôs a resolver;
Qualidade da execução e do acabamento da peça e ou material;
Clareza da exposição das informações prestadas.

7.3.4. RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO (10 pontos)

Evidência de planejamento publicitário;
Consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução;
Relevância dos resultados apresentados;
Concatenação lógica da exposição.

7.4. A nota da Proposta Técnica está limitada ao máximo de 100 (cem) pontos e será apurada considerando as seguintes pontuações máximas de cada quesitos e subquesito:

I – Plano de Comunicação Publicitária: 65 (sessenta e cinco pontos)

Raciocínio Básico: 10 PONTOS

Estratégia de Comunicação Publicitária: 20 PONTOS

Idéia criativa: 20 PONTOS

Estratégia de Mídia e Não Mídia – 15 PONTOS

II – Capacidade de Atendimento: 15 PONTOS

III – Repertório: 10 (dez pontos)

IV – Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação: 10 (dez pontos)

7.5. Cada membro da Subcomissão Técnica atribuirá pontos individuais a cada um dos quesitos e subquesitos, de acordo com as pontuações máximas, prevista no subitem 7.3, obedecidos intervalos de 0,5 (meio) ponto.

7.6. A pontuação do quesito corresponderá à média aritmética dos pontos atribuídos a ele ou a seus subquesitos pelos membros da Subcomissão Técnica.

7.7. A subcomissão Técnica reavaliará a pontuação atribuída a um quesito ou subquesito sempre que a diferença entre a maior e a menor pontuação for superior a 20% (vinte) por cento da pontuação máxima

do quesito ou do subquesito, com o fim de restabelecer o equilíbrio das pontuações atribuídas, de conformidade com os critérios objetivos previstos neste Edital.

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

7.9. A nota de cada licitante corresponderá à soma dos pontos dos quesitos.

7.10. Será classificada em primeiro lugar, na fase de julgamento da Proposta Técnica, a licitante que obtiver a maior pontuação na soma das notas dos quesitos.

7.11. Será desclassificada a Proposta que:

- a) não atender às exigências do presente Edital e de seus Anexos;
- b) tentar influenciar a Comissão ou a Subcomissão Técnica no processo de julgamento das Propostas.

7.12 Serão consideradas mais bem classificadas, na fase de julgamento da Proposta Técnica, as licitantes que obtiverem as maiores notas, observadas as condições no subitem 7.10.

7.13. Se houver empate que impossibilite a identificação automática das licitantes mais bem classificadas nesta fase, serão assim consideradas as que obtiverem as maiores pontuações, sucessivamente, nos subquesitos ideia criativa, estratégia de comunicação publicitária, estratégia de mídia e não mídia e nos quesitos capacidade de atendimento, relatos de soluções de problemas de comunicação e repertório.

7.14. Persistindo o empate, a decisão será feita por sorteio, a ser realizado na própria sessão ou em ato público marcado pela Comissão, para o qual serão convidadas todas as licitantes.

7.15. Serão consideradas vencedoras do julgamento final das Propostas Técnicas as licitantes mais bem classificadas na Proposta Técnica.

8. DO JULGAMENTO DA PROPOSTA DE PREÇOS

8.1. Serão avaliadas e valoradas as propostas de Preços, desde que classificadas na Proposta Técnica, segundo os critérios abaixo:

Percentual de honorários sobre:

D1. à produção e à execução técnica de peça e/ou material, assim como:

D.2. ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos, de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas ou a serem realizadas;

D.3. à criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias, fixados nos limites estabelecidos no item 5 e subitens:

Pontos	Percentual de honorários
20	10% ou abaixo de 10%
15	11%
12	12%
10	De 13% a 14%
5	15%

D.4. Desconto sobre a Tabela de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de São Paulo que estiver em vigor, fixados nos limites estabelecidos:

Pontos	Desconto sobre a tabela de custos internos
20	50% ou acima de 50%
15	45%
12	40%
10	35%
5	30%

D.5. Percentual de remuneração sobre a mídia digital contratada com a intermediação da agência, nos casos em que os veículos não remunerem pelo desconto de agência

Pontos	Percentual de remuneração
20	Até 15%
18	16%
15	17%
12	18%
10	19%
05	20%

8.2. Serão consideradas as melhores propostas comerciais aquelas que atingirem as maiores pontuações através da fórmula abaixo:

NFPP = Nota final da Proposta de Preço

D1 – Pontuação aplicada ao Percentual sobre honorários sobre produção e execução técnica de peça e ou material;

D.2. Honorários incidente sobre o planejamento e execução de pesquisas e outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas ou a serem realizadas;

D.3. Honorários incidentes relativos à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação.

D4 – Pontuação aplicada ao Desconto sobre a Tabela de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de São Paulo.

D5 – Pontuação aplicada à remuneração sobre a mídia digital contratada com a intermediação da agência, nos casos em que os veículos não remunerem pelo desconto de agência.

NFPC = D1 + D2+ D3+D4+ D5

8.3. JULGAMENTO DAS MELHORES PROPOSTAS, APLICANDO-SE A MÉDIA PONDERADA ENTRE A MELHOR PROPOSTA TÉCNICA E A MELHOR PROPOSTA DE PREÇOS.

8.3.1. 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.

8.3.1.1. A Pontuação Final será obtida através da fórmula abaixo, conforme previsto no art. 36, parágrafo 2º. da lei 14.133/21:

$$PF = (NFPT \times 0,70) + (NFPP \times 0,30)$$

PF = Pontuação final

NFPT = Pontuação relativa à proposta técnica

NFPP = Pontuação relativa à proposta de preço

8.3.2. 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)** Idéia Criativa;
- c)** Raciocínio Básico e
- d)** Estratégia de Mídia e Não Mídia

8.3.2.1. Após a utilização do critério de desempate disposto no item 8.3.2, persistindo o empate, a decisão se fará através de sorteio.

8.3.2.2. Não se considerará qualquer oferta e vantagem não prevista no Edital, nem percentual de desconto ou vantagem, baseados em ofertas de outras licitantes.

8.3.2.3. Não se admitirá proposta que apresente preços simbólicos, irrisórios ou de valor zero, incompatíveis com os preços de mercado.

8.3.2.4. Será considerada vencedora do julgamento final das Propostas a licitante mais bem classificada no julgamento final, com a aplicação da média ponderada, entre as Propostas Técnicas e de preços - observado o disposto no subitem quesito 8.3

09. DO EXAME DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

9.1. A Comissão de Contratações examinará os Documentos de Habilitação e julgará habilitadas todas as licitantes que atenderem integralmente aos requisitos de habilitação exigidos neste Edital e em seus anexos.

9.2. À Comissão de Contratações caberá julgar sobre a suficiência de documentos e informações apresentadas, podendo a seu exclusivo critério, solicitar esclarecimentos complementares que possibilitem melhor avaliação dos documentos de habilitação.

10. DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA

10.1. As propostas técnicas serão analisadas e julgadas por Subcomissão Técnica, constituída por 03 (três) membros titulares.

10.2. Além dos três profissionais sorteados para comporem a Subcomissão Técnica, serão sorteados outros dois como suplentes (um com vínculo e outro sem vínculo com a Câmara) para eventual participação na subcomissão técnica, caso haja algum impedimento por parte de qualquer membro titular.

11. DOS PROCEDIMENTOS LICITATÓRIOS

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

11.1.1. Serão lavradas atas circunstanciadas de todas as reuniões, as quais serão assinadas pelos membros da Comissão de Contratações, conforme o caso, e pelos representantes das licitantes presentes.

11.1.2. A participação de representante de qualquer licitante dar-se-á mediante a prévia entrega de documento hábil, conforme estabelecido no **item 3** deste Edital.

11.1.2.1. 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.

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

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

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

a) identificar os representantes das licitantes, por meio do documento exigido no **item 3**;

b) receber os ENVELOPES nº 1, nº 2, nº 3 e nº 4;

c) conferir se os **ENVELOPES nº 1** apresentam em sua parte externa alguma menção que identifique a empresa licitante, ocorrência que impedirá a Comissão de Contratações de receber todos os seus envelopes;

d) abrir os **ENVELOPES nº 1 e nº 3**.

11.2.1. 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 nº 12.232/2010.

11.2.2. Os envelopes padronizados com a via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária só serão recebidos pela Comissão de Contratações se não apresentarem marca, sinal, etiqueta, dobradura ou qualquer outro elemento capaz de identificar a licitante ou, ainda, se não estiverem danificados ou deformados.

11.2.3. A Comissão de Contratações e todos os licitantes presentes ou a comissão composta por representantes dos licitantes, RUBRICARÃO todas as páginas e documentos que compõem a Via Não Identificada do Plano de Comunicação Publicitária, NÃO lançando qualquer outro código, sinal ou marca nos envelopes padronizados e nos documentos que compõem essa via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária,

11.2.4. 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 3**, com a Capacidade de Atendimento, o Repertório e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação;

b) encaminhamento dos **ENVELOPES nº 1**, 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 Licitações das propostas, da planilha com as pontuações e da justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso;

d) encaminhamento dos **ENVELOPES nº 3** 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 encaminhamento à Comissão de Contratações das propostas e da justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso.

11.3. A segunda sessão pública será para apuração do resultado geral das propostas técnicas, com os seguintes procedimentos:

a) identificação dos representantes das licitantes presentes;

b) abertura dos envelopes com a via identificada (**ENVELOPE nº 2**) do Plano de Comunicação Publicitária;

c) cotejo entre as vias identificadas e não identificadas do plano de comunicação publicitária, para identificação de sua autoria;

d) Relatório da Subcomissão Técnica com as pontuações atribuídas a cada um dos quesitos de cada proposta técnica;

e) proclamação do resultado do julgamento geral da proposta técnica, registrando-se em ata as propostas desclassificadas e a ordem de classificação;

11.3.1. Será publicado na imprensa oficial o resultado do julgamento das Propostas Técnicas com a indicação das proponentes desclassificadas e das classificadas, em ordem decrescente de pontuação, abrindo-se o prazo de 3 (três) dias úteis para interposição de recurso, conforme disposto no inciso I do art. 165 da Lei 14.133/21.

11.4. Não havendo interposição de recurso, ou havida a sua desistência ou, ainda, julgados os recursos interpostos, serão marcados data, hora e local da terceira sessão pública, com a seguinte pauta básica:

a) identificação dos representantes das licitantes presentes;

b) abertura do **ENVELOPE nº 4**, cujos documentos serão rubricados pelos membros da Comissão de Contratações e pelos representantes das licitantes presentes;

c) exame do cumprimento, pelas licitantes, das exigências fixadas neste Edital para a elaboração das Propostas de Preços e julgamento;

d) identificação da proposta de menor preço e conhecimento do resultado aos representantes das licitantes presentes.

11.4.1. Será publicado o resultado do julgamento da Proposta de Preço com a indicação da ordem de classificação organizada pelo nome dos licitantes, abrindo-se o prazo de 03 (três) dias úteis para interposição de recurso, conforme disposto no inciso I do art. 165 da Lei 14.133/21.

11.5. Não havendo recurso, ou havido a sua desistência ou, ainda, julgados os recursos interpostos, serão marcados data, hora e local da **quarta sessão pública**, com a seguinte pauta básica:

- a) identificação dos representantes das licitantes;
- b) recebimento e abertura do **ENVELOPE nº 5**, exclusivamente dos licitantes classificados, cujos documentos de habilitação serão rubricados pelos membros da Comissão de Contratações e pelos representantes das licitantes presentes;
- c) exame do cumprimento, pelas licitantes, das exigências fixadas neste Edital quanto a habilitação e declaração de vencedora a empresa mais bem classificada nas etapas anteriores;

11.5.1. Será publicado o resultado da habilitação, com a indicação das proponentes habilitadas e inabilitadas, abrindo-se o prazo de 3 (três) dias úteis para interposição de recurso, conforme disposto no inciso I do art. 165 da Lei 14.133/21.

11.5.2. Não havendo interposição de recurso, ou havido a sua desistência ou, ainda, julgados os recursos interpostos, a Comissão de Contratações, antes da homologação do resultado desta concorrência, elaborará e apresentará o relatório à autoridade superior, para análise dos aspectos técnico-publicitários.

11.5.2.1. À vista do relatório da Comissão de Contratações, e após sua apreciação pela autoridade superior, homologará ou não o resultado e, assim, aprovará ou não a adjudicação do objeto desta concorrência à vencedora.

11.5.3. Os envelopes das licitantes inabilitadas ou desclassificadas ficarão à disposição das interessadas por 30 (trinta) dias, contados do encerramento da licitação.

11.5.3.1. Decorrido esse prazo sem que sejam retirados, a Câmara providenciará sua destruição.

12. DA DIVULGAÇÃO DOS ATOS LICITATÓRIOS

12.1. A critério da Comissão de Licitações, todas as decisões referentes a esta concorrência poderão ser divulgadas conforme a seguir, ressalvadas aquelas cuja publicação no Diário Oficial do Estado de São Paulo é obrigatória:

- a) nas reuniões de abertura de envelopes;
- b) no Diário Oficial do Estado de São Paulo;
- c) por qualquer outro meio que permita a comprovação inequívoca do recebimento da comunicação pelas licitantes.

13. DA IMPUGNAÇÃO DO EDITAL

13.1. A impugnação do Edital deverá ser por escrito, dirigida à autoridade que assinou o Edital e protocolada no endereço: Praça Baronesa de Santa Eulália, 02, Centro, Lorena /SP, das 09:00 horas às 17:00 horas, ou via endereço eletrônico: licitacoes@camaralorena.sp.gov.br.

13.1.1. Por qualquer cidadão, até 3 (três) dias úteis antes da data fixada para a apresentação das Propostas Técnicas e de Preço, conforme disposição do art. 164 da Lei 14.133/21.

13.2. Na hipótese de se constatar a necessidade de alteração do instrumento convocatório, que afete a elaboração das propostas, o fato será divulgado na forma do parágrafo 1º. do artigo 55 da Lei 14.133/21.

14. DOS RECURSOS ADMINISTRATIVOS

14.1. Os recursos admissíveis quanto ao processamento e julgamento desta licitação acham-se previstos no artigo 165 da Lei 14.133/21., com as eventuais alterações.

14.2. Eventuais recursos administrativos poderão ser interpostos através da Comissão de Contratações, mediante petição fundamentada, constando a identificação do sócio (acompanhada do ato constitutivo em vigor) ou de seu representante legal (acompanhada da respectiva procuração), dirigida a Câmara Municipal de Lorena no endereço constante do preâmbulo deste edital, das 09:00 horas às 17:00 horas, em dias úteis.

15. DA CONTRATAÇÃO

15.1. A proponente vencedora será convocada pela Câmara Municipal de Lorena para, no prazo de **05 (cinco) dias úteis**, assinar o contrato correspondente.

15.2. O prazo de convocação para assinatura do contrato poderá ser prorrogado uma única vez, por igual período, quando solicitado durante o seu transcurso pela parte, e desde que ocorra motivo justificado e aceito pela Câmara Municipal de Lorena

15.3. No ato da assinatura do contrato, a proponente vencedora deverá apresentar o **recibo de depósito**, expedido pelo Município, a título de garantia de execução do contrato e seus eventuais acréscimos, da importância equivalente a **5% (cinco por cento) do valor da contratação**.

15.3.1. A garantia de execução contratual poderá ser efetuada em quaisquer das modalidades previstas no artigo 96, parágrafo 1º da Lei 14.133/21.

15.3.2. Se a garantia ficar desfalcada, a Contratada deverá integralizá-la no prazo máximo de 10 (dez) dias, contado do recebimento da respectiva intimação escrita, expedida pela Câmara Municipal de Lorena.

15.4. Quando o convocado ou seu representante legal não assinar o contrato, poderá a Câmara Municipal de Lorena convocar os licitantes remanescentes, na ordem de classificação, para fazê-lo em igual prazo e nas mesmas condições propostas pelo primeiro classificado para a assinatura do contrato.

15.4.1. O não atendimento à convocação ou a recusa do proponente em assinar o contrato no prazo estipulado, implicará descumprimento da obrigação, sujeitando-se o adjudicatário às sanções previstas no **item 23** deste Edital.

15.5. Para o caso de empresas em recuperação judicial: no momento da assinatura do contrato deverá apresentar cópia do Plano de Recuperação já homologado pelo juízo competente e em pleno vigor;

15.6. Para o caso de empresas em recuperação extrajudicial: no momento da assinatura do contrato deverá apresentar comprovação documental de que as obrigações do plano de recuperação extrajudicial estão sendo cumpridas;

15.7. A agência deverá centralizar o comando da publicidade do Município em sua sede, comprovando no prazo máximo de 30 (trinta) dias, a contar da data da assinatura do contrato, que possui estrutura de atendimento representada, no mínimo, pelos profissionais indicados:

I – Um na área de atendimento;

II – Um na área de planejamento e pesquisa;

III – Dois na área de criação;

IV – Um na área de produção impressa, eletrônica e de design/computação gráfica;

V – Um na área de mídia.

16. DO PRAZO CONTRATUAL E DO REAJUSTE

16.1. A vigência do contrato será pelo prazo de 12 (doze) meses, contado a partir da data de sua assinatura, podendo ser prorrogado nos termos da Lei nº 14.133/21, em seus artigos 106 e 107, uma vez que serviços de publicidade são considerados de natureza contínua.

16.2. O preço será reajustado anualmente, a contar da data assinatura do Contrato, pela variação do IGPM/FGV, publicada pela Fundação Getúlio Vargas.

17. DAS CONDIÇÕES PARA PRESTAÇÃO DOS SERVIÇOS

17.1. Todo serviço a ser prestado pela Contratada deverá ser precedido da competente apropriação de custos, a qual, aprovada pela Câmara Municipal de Lorena, por meio de autorização de serviços, gerará a expectativa da Contratada a receber respectivos valores.

17.2. A apropriação de custos deverá estar dentro dos parâmetros estabelecidos na Proposta Técnica da Contratada, demonstrados, ainda que em anexo, os preços da média de mercado.

17.3. O valor anual será dividido em vários serviços publicitários, que correrão durante a vigência do contrato, de acordo com a necessidade e a conveniência do Contratante.

17.4. Não caberá qualquer tipo de pagamento à Contratada, caso não tenha havido a solicitação de serviço pelo Contratante.

18. DAS RESPONSABILIDADES E OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA

18.1. Será da responsabilidade da Contratada o ônus resultante de quaisquer ações, demandas, custos e despesas decorrentes de danos causados por culpa ou dolo de qualquer de seus empregados, prepostos ou contratados.

18.2. Obriga-se também a Contratada por quaisquer responsabilidades decorrentes de ações judiciais, inclusive trabalhistas, que lhe venham a ser atribuídas por força de lei, relacionadas com o cumprimento do presente Edital e do contrato.

18.3. A Contratada deverá prestar esclarecimentos à Câmara, sobre eventuais atos ou fatos desabonadores noticiados que a envolvam, independentemente de solicitação.

18.4. A Contratada só poderá divulgar informações acerca da prestação dos serviços objeto desta licitação, que envolva o nome do Município de Lorena, se houver expressa autorização deste.

18.5. A Contratada centralizará o comando da publicidade do Município em sua sede.

18.5.1. A seu critério, a Contratada poderá utilizar-se de seus representantes em outros Estados ou Municípios para serviços de criação e de produção, ou outros complementares ou acessórios que venham a ser necessários, desde que garantidas as condições previamente acordadas.

18.6. A Contratada obriga-se por si e por sua Equipe Técnica, ao cumprimento de todas as exigências contratuais e à manutenção de completo sigilo sobre os dados e informações fornecidos pela Administração, bem como a não divulgar a terceiros quaisquer informações relacionadas com o objeto contratado, sem a prévia autorização, por escrito, dada pela Administração.

18.7. A Contratada, igualmente, deverá cumprir os dispositivos contratuais e fornecer ao Contratante a legislação, os documentos e informações que lhe forem solicitados no interesse da consecução do objeto contratado, sob pena de assumir, com exclusividade, os riscos decorrentes da demora.

19. DA REMUNERAÇÃO E DAS CONDIÇÕES DE PAGAMENTO

19.1. A remuneração à **CONTRATADA** será feita consoante os preços estabelecidos em sua Proposta de Preços, a saber:

a) Para os serviços do objeto licitado, o desconto sobre a Tabela de Custos Internos do SINAPRO-SP, na ordem de ____% (conforme proposta comercial);

b) Sobre produção de terceiros (serviços técnicos complementares) os honorários constantes em sua proposta comercial na ordem de ____%;

c) Sobre pesquisas e outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas ou a serem realizadas, na ordem de%

d) Sobre a criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, na ordem de%

e) Percentual de remuneração de % sobre a compra de mídia digital, nos casos em que os veículos não remunerarem a agência com o desconto de agência.

19.1.1 Fica instituído, também, que na vigência contratual, a **CONTRATADA** fará jus ao desconto padrão de agência e aos honorários sobre produção de terceiros (serviços técnicos complementares), de acordo com as Normas do CENP – Conselho Executivo das Normas Padrão.

19.2. Os pagamentos serão efetuados em **parcelas mensais**, em até 10 (dez) dias do mês subsequente da emissão das Notas Fiscais/Faturas pela Contratada, devidamente atestadas pela Câmara Municipal de Lorena, e acompanhadas dos seguintes documentos:

a) CND – Certidão Negativa de Débito (ou positiva com efeitos de negativa);

b) CRF – Certificado de Regularidade do FGTS;

c) Autorização (orçamento assinado) da Câmara Municipal de Lorena.

19.2.1. Os serviços contratados serão documentados mediante a apresentação de Notas Fiscais/Faturas da Contratada com os valores relativos ao seu serviço. Quando da emissão de NF pela Contratada com a relação dos serviços prestados por Veículos de divulgação e fornecedores, da nota fiscal da agência, no seu histórico, constará os serviços prestados por esses terceiros e seus valores, anexando à Nota Fiscal da agência as Notas fiscais dos Veículos e Fornecedores, sendo feito o pagamento por depósito no valor global (agência + veículos/fornecedores) para a Contratada.

19.2.2. Os fornecedores e veículos emitirão Notas Fiscais com seus valores, contra a Contratante e aos cuidados da Contratada e as mesmas serão apresentadas conjuntamente pela Contratada para a efetuação do pagamento, que repassará, obrigatoriamente, a parte devida aos fornecedores, sendo que nas Notas Fiscais deverão constar o número do contrato.

19.1. Os pagamentos serão efetuados mediante crédito em conta corrente da Contratada.

19.2. Caso venha a ocorrer necessidade de providências complementares por parte da Contratada, a fluência do prazo será interrompida, reiniciando-se sua contagem a partir da data do respectivo cumprimento.

19.3. Todo o serviço a ser prestado pela Contratada será precedido da competente assinatura do orçamento ou pedido de inserção, solicitado pela **CÂMARA**.

20. DAS OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA

20.1. Cumprir, no que couber para esta execução contratual, a Lei nº 13.709, de 14 de agosto de 2018, Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD), com o objetivo de proteger os direitos fundamentais de liberdade e de privacidade e o livre desenvolvimento da personalidade da pessoa natural, em especial tomar todas as medidas cautelares para que não haja quaisquer infrações à referida Lei, sendo certo que, caso ocorra, responsabilizar-se pelo eventual dano ocorrido.

21. DO ATRASO DO PAGAMENTO PELO CONTRATANTE

21.1. Havendo atraso nos pagamentos, não decorrente de falhas no cumprimento das obrigações contratuais principais ou acessórias por parte da Contratada, incidirá correção monetária sobre o valor devido na forma da legislação aplicável, bem como juros moratórios, a razão de 0,5% (meio por cento) ao mês, calculados “pró-rata tempore”, em relação ao atraso verificado.

22. DA FISCALIZAÇÃO

22.1. A Câmara Municipal, através da servidora Sra. Elaine Vieira de Sá Santos, função de gestora contratual, exercerá a mais ampla fiscalização da execução contratual.

22.2. A fiscalização por parte dessa Câmara não eximirá ou reduzirá, em nenhuma hipótese, a responsabilidade da Contratada em eventual falta que venha a cometer, mesmo que não indicada pela fiscalização do Contratante.

23. DAS PENALIDADES

23.1. São aplicáveis as sanções previstas na lei 14.133/21, bem como neste edital, assegurado o contraditório e a ampla defesa.

23.2. A recusa injustificada da adjudicatária em assinar, aceitar ou retirar o contrato ou instrumento equivalente, dentro do prazo estabelecido pela Câmara caracteriza o descumprimento total da obrigação assumida, sujeitando-se à multa de até **20% (vinte por cento)** sobre o valor da obrigação não cumprida.

23.3. O atraso injustificado na execução do contrato de serviço, ou na entrega de produtos, sujeitará a Contratada, garantida a prévia defesa, às seguintes penalidades:

- a)** advertência, quando a Contratada descumprir qualquer obrigação contratual, ou quando forem constatadas irregularidades de pouca gravidade, para as quais tenha concorrido diretamente;
- b)** multa de até **0,5%** do valor da fatura por dia de atraso, até o limite de 10 (dez) dias;
- c)** multa de até **10%** sobre o valor remanescente do contrato ou instrumento equivalente, para atraso superior a 10 dias, caracterizando-se inexecução parcial;
- d)** multa de até **20%** do valor do contrato, para casos de inexecução total;
- e)** impedimento de licitar e contratar com a Administração Pública direta e indireta do ente federativo que tiver aplicado a sanção, pelo prazo de até 3 (três) anos, bem como as faltas graves que impliquem a

rescisão unilateral do contrato ou instrumento equivalente, e ou declaração de inidoneidade para licitar e contratar com a Administração Pública, na forma do disposto no artigo 156, incisos III e IV e parágrafos 4º. e 5º. da lei 14.133/21;

23.3.1. As sanções de advertência, suspensão e declaração de inidoneidade poderão ser aplicadas juntamente com a sanção de multa.

23.4. Não serão aplicadas as sanções quando o motivo da mora ou inexecução decorrer de força maior ou caso fortuito, desde que devidamente justificados, comprovados e aceitos pelo Contratante.

23.4.1. Consideram-se motivos de força maior ou caso fortuito: atos de inimigo público, guerra, revolução, bloqueios, epidemias, fenômenos meteorológicos de vulto, perturbações civis, ou acontecimentos assemelhados que fujam ao controle razoável de qualquer das partes contratantes.

23.1. O pedido de prorrogação de prazo final dos serviços ou entrega de produto somente será apreciado e anuído pela Câmara Municipal de Lorena, se efetuado dentro dos prazos fixados no contrato ou instrumento equivalente.

23.2. O valor da multa poderá ser deduzido de eventuais créditos devidos pelo Contratante e/ou da garantia prestada pela empresa contratada, quando por esta solicitado.

23.6.1. O prazo para pagamento de multas será de 10 (dez) dias úteis, a contar da intimação da infratora.

23.7. O pagamento das multas ou a dedução dos créditos não exime a Contratada do fiel cumprimento das obrigações e responsabilidades contraídas neste instrumento.

24. DA RESCISÃO

24.1. O Município de Lorena poderá rescindir unilateralmente o presente instrumento contratual, nos termos do artigo 137 e seguintes da Lei 14.133/21.

25. DAS DISPOSIÇÕES FINAIS

25.1. Os licitantes deverão ter pleno conhecimento dos elementos constantes deste Edital, bem como de todas as suas condições gerais e peculiares, e de seus Anexos, não podendo invocar nenhum desconhecimento dos mesmos, como fato impeditivo da apresentação da documentação exigida ou do previsto nas disposições pertinentes à espécie.

25.2. É facultada à Comissão de Contratações ou autoridade superior, em qualquer fase desta concorrência, a promoção de diligência destinada a esclarecer ou complementar a instrução do processo licitatório, vedada a inclusão posterior de documento ou informação que deveria constar originalmente dos Documentos de Habilitação ou das Propostas Técnica e de Preços.

25.3. A Comissão de Contratações poderá, em qualquer fase do processo, se julgar necessário, proceder à visita das instalações e da aparelhagem disponível para a realização dos serviços objeto desta concorrência.

- 25.4.** Até a assinatura do contrato, a licitante vencedora poderá ser desclassificada se o **MUNICÍPIO** tiver conhecimento de fato desabonador à sua habilitação ou à sua classificação, conhecido após o julgamento.
- 25.5.** Se ocorrer a desclassificação da licitante vencedora por fatos referidos no item anterior, o **Município** poderá convocar as licitantes remanescentes por ordem de classificação ou revogar esta concorrência.
- 25.6.** A licitante é responsável pela fidelidade e legitimidade das informações e dos documentos apresentados em qualquer fase da licitação.
- 25.7.** Os profissionais indicados para fins de comprovação da capacidade de atendimento (Proposta Técnica) deverão participar da elaboração dos serviços objeto deste Edital, admitida sua substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior, desde que previamente aprovada pela Câmara.
- 25.8.** É vedada a utilização de qualquer elemento, critério ou fato sigiloso, secreto ou reservado que possa, ainda que indiretamente, elidir o princípio da igualdade entre as licitantes.
- 25.9** É proibido a qualquer licitante tentar impedir o curso normal do processo licitatório mediante a utilização de recursos ou de meios meramente protelatórios, sujeitando-se a autora às sanções legais e administrativas aplicáveis, conforme dispõe o artigo 155, incisos X e XI da Lei 14.133/21.
- 25.10.** Antes do aviso oficial do resultado desta concorrência, não serão fornecidas, a quem quer que seja, quaisquer informações referentes à adjudicação do contrato ou à análise, avaliação ou comparação entre as Propostas.
- 25.11.** Qualquer tentativa de uma licitante influenciar a Comissão de Contratações no processo de julgamento das Propostas resultará na sua desclassificação.
- 25.12.** Antes da data marcada para a abertura dos invólucros com os Documentos de Habilitação e as Propostas, a Comissão de Contratações poderá, por motivo de interesse público, por sua iniciativa ou em consequência de solicitações de esclarecimentos, alterar este Edital e seus anexos, ressalvado que será reaberto o prazo inicialmente estabelecido para apresentação dos Documentos e Propostas, exceto quando, inquestionavelmente, a alteração não afetar a formulação das Propostas.
- 25.13.** A licitante não pode realizar consultas ou apontamentos que possam propiciar sua identificação ou de outros licitantes perante a Comissão de Contratações antes da abertura do **ENVELOPE Nº 2**, salvo não havendo identificação inequívoca da Proposta Apócrifa.
- 25.14.** Quando todos os licitantes forem inabilitados ou todas as propostas forem desclassificadas, a Administração Municipal poderá, a seu critério, conceder aos licitantes o prazo de 08 (oito) dias úteis para apresentação de nova documentação ou de outras propostas escoimadas das causas referidas.
- 25.15.** A Comissão de Contratações dirimirá as dúvidas que venham a ser suscitadas pelo presente Edital, desde que manifestadas por escrito.
- 25.16.** Ao Município de Lorena reserva-se o direito de, a qualquer tempo, presentes razões de interesse público devidamente justificadas, desistir, revogar, adiar ou homologar parcialmente a licitação, devendo de ofício anulá-la por vícios ou irregularidades constatadas, sem que isso represente direito dos proponentes a qualquer pedido de indenização, reembolso ou compensação de valores.

25.17. As proponentes ficam obrigadas a aceitar nas mesmas condições contratuais, os acréscimos ou supressões que se fizerem necessários de até 25% (vinte e cinco por cento) do valor atualizado do contrato.

25.18. Na contagem dos prazos estabelecidos neste Edital, excluir-se-á o dia do início e incluir-se-á o do vencimento, nos termos do artigo 183, da Lei de Licitações. de n. 14.133/21.

25.19. As despesas com o contrato resultante desta concorrência, pelos primeiros 06 (seis) meses estão estimadas em R\$ 287.234,18 (Duzentos e oitenta e sete mil duzentos e trinta e quatro reais e dezoito centavos).

25.19.1. O crédito orçamentário para a execução dos serviços durante o exercício de 2025 está consignado no Orçamento Fiscal da Câmara, na seguinte funcional programática:

➤01 - LEGISLATIVA; 031 – AÇÃO LEGISLATIVA; 0001 PROCESSO LEGISLATIVO; 2001 – MANUTENÇÃO DA CÂMARA MUNICIPAL; 3.3.90.39.88 – SERVIÇOS DE PROPAGANDA, conforme **NOTA DE PRÉ-EMPENHO Nº00013/2025** de 09 de maio de 2025;

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

25.19.3. O **Município** se reserva o direito de, a seu critério, utilizar ou não a totalidade dos recursos previstos.

25.20. Fazem parte integrante deste Edital:

Anexo I – Termo de Referência;

Anexo II – Briefing;

Anexo III – Modelo de Proposta de Preços;

Anexo IV – Modelo de Carta de Credenciamento;

Anexo V – Declaração de Inexistência de fato Impeditivo (art. 14 da lei 14.133/21) e de Não Utilização de Mão de Obra de Menores de Idade;

Anexo VI - Modelo de declaração de que trata o art. 63, I da Lei 14.133/21 – Possuir condições de Habilitação exigidas no edital e inexistência de fatos supervenientes impeditivos da habilitação;

Anexo VII – Modelo e Declaração de Elaboração Independente de Proposta de Preços;

Anexo VIII – Minuta de Contrato;

Anexo IX – Declaração de atuação conforme ao Marco Legal Anticorrupção;

Anexo X - Declaração de documentos à disposição do TCE-SP;



Anexo XI - Termo de Ciência e Notificação.

25.21. Fica eleito o Foro da Comarca de Lorena, com renúncia de qualquer outro, por mais privilegiado que seja, para julgar pendências oriundas da presente licitação.

E, para que ninguém alegue ignorância, e o presente Edital publicado em uma única edição em jornal de grande circulação, na Imprensa Oficial do Estado de São Paulo e em jornal local e afixado no lugar de costume na Câmara Municipal de Lorena.

Lorena, 18 de agosto de 2025.

Dra. Élide do Amaral Vieira
Presidente da Câmara Municipal de Lorena

ANEXO I

TERMO DE REFERÊNCIA

1. OBJETO

1.1. A presente licitação tem por objeto a PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE para a realização de atividades integradas que possibilitem o estudo, o planejamento, a conceituação, 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 vistas a atender às demandas de comunicação institucional da Câmara Municipal de Lorena. Tais serviços compreendem:

- a) Estudo, planejamento, conceituação, criação, execução interna, intermediação e supervisão da execução externa, bem como a distribuição de publicidade aos veículos e meios de divulgação;
- b) Produção e execução técnica das peças e projetos criados;
- c) Planejamento e execução de pesquisas, avaliação e geração de conhecimento relacionados a determinada ação publicitária;
- d) Criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando à expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias.

1.1.1. As pesquisas e outros instrumentos de avaliação previstos no item “c” terão a finalidade de gerar conhecimento sobre o mercado ou o ambiente de atuação do Município, o público-alvo, e os veículos de divulgação nos quais serão difundidas as campanhas ou peças, aferir a eficácia do desenvolvimento estratégico, da criação e da divulgação de mensagens e possibilitar a avaliação dos resultados das campanhas ou peças.

1.1.2. Os serviços previstos no subitem 1.1.1. não abrangem as atividades de ações promocionais, de patrocínio, de assessoria de comunicação, imprensa e relações públicas, nem a realização de eventos festivos de qualquer natureza.

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

1.2. Para a prestação dos serviços, será contratada uma agência de propaganda, doravante denominada agência, licitante ou contratada.

1.3. O licitante não poderá subcontratar outra agência de propaganda para a execução dos serviços previstos no subitem 1.1 deste Edital.

1.4. A agência atuará por conta e ordem da Câmara Municipal na contratação de fornecedores de bens e serviços especializados para a execução das atividades complementares a que se refere o subitem 1.1, bem como de veículos e demais meios de divulgação para a transmissão das mensagens publicitárias (Art. 3º da Lei nº 4.680/65 c/c o Art. 2º da Lei nº 12.232/10).

2. ENQUADRAMENTO DA CONTRATAÇÃO

2.1. A contratação **fundamenta-se no artigo 28, inciso II, da Lei nº 14.133/2021**, e nas demais normas legais e regulamentares atinentes à matéria.

2.2. O objeto desta contratação é caracterizado como comum e contínuo, decorrente de necessidades permanentes ou prolongadas para manutenção da atividade administrativa do órgão, conforme justificativa.

2.3. Forma de execução da contratação: indireta, por empreitada por preço unitário, sob a égide da Lei nº 12.232/2010, mediante a aplicação, de forma complementar, das Leis nº 4.680/1965 e nº 14.133/2021.

3. JUSTIFICATIVA DA CONTRATAÇÃO

A Câmara Municipal de Lorena integra o Poder Legislativo local, exercendo as funções legislativa e fiscalizadora, conforme previsto na Constituição Federal e na Lei Orgânica do Município. Entre suas obrigações, está o dever de informar a população sobre ações, programas e projetos, bem como promover campanhas educativas que estimulem o pleno exercício da cidadania e o controle social.

A comunicação institucional na Câmara Municipal de Lorena fundamenta-se no princípio constitucional da publicidade (art. 37, caput, e § 1º, da CF), que assegura ao cidadão o direito de acesso às informações públicas, permitindo-lhe acompanhar a legalidade, a moralidade e a eficiência das atividades legislativas.

Para dar cumprimento a esse dever de forma adequada e eficaz – observando-se a legislação em vigor, especialmente a Lei nº 12.232/2010 –, é fundamental contar com o apoio especializado de agências de propaganda, que dispõem de recursos técnicos e humanos capazes de oferecer as melhores soluções publicitárias, garantindo adequada relação custo-benefício e elevado padrão de qualidade.

Nesse cenário, mostra-se essencial a contratação de serviços de publicidade com vistas a:

- a) Ampliar a transparência das atividades e dos atos institucionais do Poder Legislativo Municipal;
- b) Dar amplo conhecimento à sociedade e dos atos institucionais do Poder Legislativo Municipal;
- c) Comunicar de forma didática e acessível os direitos do cidadão, reforçando o papel institucional do Legislativo;
- d) Disseminar informações corretas sobre temas de interesse público, fortalecendo a cidadania;
- e) Esclarecer a missão do Legislativo, seus limites de atuação e o papel dos Vereadores;

- f) Fortalecer a imagem institucional da Casa, incentivando uma participação mais ativa da comunidade;
- g) Informar sobre os serviços disponíveis à população pela Câmara Municipal;
- h) Estimular o debate público, convidando a sociedade a participar das discussões relevantes;
- i) Promover o Poder Legislativo, evidenciando a importância das leis para a garantia dos direitos e da paz social;
- j) Revisar e intensificar o modelo de comunicação e divulgação dos atos legislativos.

Dessa forma, a contratação de uma agência de publicidade atende à necessidade pública de assegurar a correta divulgação dos atos, programas e serviços de caráter educativo, informativo ou de orientação social, cumprindo as funções institucionais de fortalecimento da cidadania e promoção da transparência.

4. DESCRIÇÃO DA SOLUÇÃO COMO UM TODO

Nos termos do artigo 2º da Lei nº 12.232/2010, o objeto do contrato de serviços de publicidade envolve:

“O conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o objetivo de promover a venda de bens ou serviços de qualquer natureza, difundir ideias ou informar o público em geral.”

O §1º do artigo 2º da referida lei estabelece que nessas contratações possam ser incluídos os seguintes serviços especializados, como atividades complementares:

- I. Planejamento e 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, respeitado o disposto no artigo 3º da Lei;
- II. Produção e execução técnica das peças e projetos publicitários criados;
- III. Criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando à expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias.

De acordo com o §2º do mesmo artigo, os contratos de serviços de publicidade terão como objeto somente as atividades descritas acima, sendo vedada a inclusão de quaisquer outras atividades, em especial as de assessoria de imprensa, comunicação e relações públicas, ou as que tenham por finalidade a realização de eventos festivos de qualquer natureza.

Quanto às pesquisas e avaliações previstas no inciso I acima descrito, o artigo 3º da Lei nº 12.232/2010 restringe a execução apenas àquelas que tenham finalidade específica de aferir o desenvolvimento

estratégico, a criação, a veiculação e a possibilidade de mensuração dos resultados das campanhas publicitárias realizadas na execução contratual, sendo vedada a inclusão de qualquer matéria que não guarde pertinência temática com a ação de publicidade ou com o objeto do contrato.

Dessa forma, pode-se afirmar que a propensa contratação será operacionalizada nos moldes estabelecidos pela Câmara Municipal de Lorena, com destaque para os pontos abaixo:

- Prazo de cinco dias úteis para a comprovação, pela agência contratada, dos pagamentos realizados a fornecedores especializados e veículos de comunicação e divulgação;
- Obrigação de prever em seus contratos com empresas independentes de checagem o acesso da Câmara Municipal aos relatórios e dados brutos que os originaram;
- Exclusão da exigência de manutenção de estrutura física no Município de Lorena, salvo quando houver interesse público devidamente justificado;
- Eventual readequação dos perfis e quantitativos de profissionais para composição de uma equipe mínima no quadro das contratadas, para atendimento imediato e permanente da Câmara Municipal.

5. ESPECIFICAÇÕES TÉCNICAS DOS SERVIÇOS

A contratação dos serviços publicitários não envolve a quantificação prévia e estimada dos produtos e serviços a serem executados durante a vigência contratual.

Diferentemente de serviços de natureza comum (executados segundo técnicas, protocolos e métodos preestabelecidos), para os quais caberia a modalidade pregão, os serviços de publicidade possuem natureza predominantemente intelectual, demandando a expertise das agências de propaganda na formulação de soluções criativas e adequadas para cada demanda.

A execução ocorrerá ao longo da vigência do contrato, abrangendo a criação, desenvolvimento, produção e veiculação de peças e campanhas publicitárias, conforme as necessidades e a conveniência da Administração. Não é, portanto, possível estimar previamente o quantitativo de produtos e serviços a serem fornecidos, pois isso dependerá das estratégias criativas e das necessidades surgidas no decorrer do contrato.

O planejamento estratégico de comunicação da Câmara Municipal de Lorena tampouco possibilita um levantamento prévio das quantidades estimadas de produtos e serviços, uma vez que os desdobramentos criativos e estratégicos ficarão a cargo da agência contratada.

5.1. PRINCIPAIS NECESSIDADES DE COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL

A publicidade é imprescindível para apoiar a comunicação da Câmara Municipal de Lorena, considerando as constantes incertezas dos cenários político, econômico e social. Nesse sentido, a contratação visa atender, prioritariamente, às seguintes necessidades de comunicação institucional:

- I. Promoção da Ouvidoria: Fortalecer a comunicação entre a Câmara e os munícipes, promovendo a Ouvidoria como canal direto e eficaz para o envio de demandas, sugestões e reclamações.
- II. Conhecendo as Sessões Legislativas: Desenvolver campanhas informativas sobre o funcionamento das sessões da Câmara Municipal, com o intuito de aumentar a compreensão e o acompanhamento das atividades legislativas pela população.
- III. Divulgação sobre o Papel da Câmara Municipal: Esclarecer a função institucional da Câmara e sua importância para o desenvolvimento socioeconômico local, bem como o papel que desempenha na vida dos munícipes.
- IV. Divulgação dos Serviços Prestados pela Câmara: Informar de forma clara e objetiva os serviços disponíveis para os cidadãos, facilitando o acesso da população aos serviços públicos oferecidos pela instituição.
- V. Informações sobre Aprovações Legislativas: Divulgar as leis aprovadas e seu impacto no cotidiano dos cidadãos, garantindo que a população esteja devidamente informada sobre as decisões legislativas.
- VI. Promoção do Site Oficial da Câmara: Incentivar o uso do portal oficial da Câmara Municipal como principal fonte de informações e serviços, promovendo sua acessibilidade e usabilidade.
- VII. Divulgação das Redes Sociais Oficiais: Publicizar os canais oficiais da Câmara nas redes sociais, incentivando a interação direta com os munícipes e a disseminação de informações institucionais.
- VIII. Prestação de Contas Semestral: Realizar campanhas de prestação de contas das atividades realizadas pela Câmara, garantindo a transparência e a confiança da população na gestão pública.
- IX. Divulgação das Atividades Legislativas: Simplificar e esclarecer as ações legislativas desenvolvidas pela Câmara, tornando-as acessíveis e compreensíveis para os cidadãos.
- X. Facilidade de Contato com a Câmara: Promover os canais de comunicação da Câmara, com o objetivo de facilitar o contato dos munícipes para esclarecimento de dúvidas e envio de sugestões.
- XI. Educação sobre o Papel do Vereador: Desenvolver campanhas educativas que esclareçam o papel do vereador no processo legislativo e no desenvolvimento da sociedade.

As campanhas publicitárias deverão aprimorar a comunicação entre a Câmara Municipal de Lorena e seus munícipes, garantindo que a população esteja informada, envolvida e consciente das atividades legislativas, dos serviços públicos prestados e das decisões que impactam diretamente o cotidiano local.

Caberá à agência de publicidade contratada elaborar um plano de comunicação eficaz e adequado às necessidades da Câmara Municipal, com foco na divulgação de suas atividades, na prestação de contas à

sociedade e na promoção do acesso aos serviços e informações oferecidos. Esse plano deverá ser dinâmico e flexível, ajustando-se conforme as demandas que surgirem durante a vigência contratual.

6. REQUISITOS DA CONTRATAÇÃO

A prestação dos serviços constantes neste Termo de Referência será única, não sendo tecnicamente viável a divisão em lotes que segreguem as atividades de planejamento e execução. Busca-se manter a unidade do trabalho de comunicação, uma vez que os serviços listados são interdependentes na realização da comunicação integrada.

Os níveis de qualidade dos serviços serão aferidos com critérios objetivos e mensuráveis, estabelecidos neste Termo de Referência, na Minuta de Contrato e em comum acordo entre Contratante e Contratada. Tais critérios deverão avaliar, entre outros aspectos, a qualidade, o desempenho, a disponibilidade, os custos, a abrangência/cobertura e o alcance do resultado pretendido.

Para garantir que a solução contratada seja capaz de suprir as necessidades da Câmara, foram estabelecidos os seguintes requisitos:

6.1. CAPACIDADE TÉCNICA E OPERACIONAL

O licitante deverá apresentar um ou mais atestado(s) e/ou declarações de capacidade técnica, expedido(s) por pessoa(s) jurídica(s) de direito público ou privado, em nome do licitante, que comprove(m):

- I. Aptidão para o desempenho de atividade pertinente e compatível em características e quantidades com o objeto desta licitação, demonstrando que o licitante gerencia ou gerenciou serviços de publicidade e propaganda.
- II. Os atestados referentes ao fornecimento devem obedecer ao quantitativo mínimo de 50% (cinquenta por cento).
- III. Será aceito o somatório de atestados e/ou declarações de períodos concomitantes para comprovar a capacidade técnica.
- IV. O(s) atestado(s) ou declaração(ões) de capacidade técnica deverá(ão) se referir a serviços prestados no âmbito da atividade econômica principal e/ou secundária do licitante, especificada no contrato social vigente.

6.2. REQUISITOS DE QUALIDADE E JULGAMENTO DE PROPOSTA TÉCNICA

Os equipamentos e serviços devem atender a padrões de qualidade e normas técnicas estabelecidas, para assegurar o alcance dos objetivos de cada campanha. A qualidade deve ser garantida em todas as etapas.

Conforme a Lei nº 12.232/2010 e a Lei nº 14.133/2021, a análise das propostas e a condução do julgamento técnico caberão a:

- I. Comissão de Contratações, designada pela Câmara Municipal de Lorena, responsável por administrar o processo licitatório;
- II. Subcomissão Técnica, constituída exclusivamente para o julgamento das Propostas Técnicas, nos termos dos §§1º e 2º do artigo 10 da Lei nº 12.232/2010, a qual deve ser composta por profissionais de comunicação, publicidade ou marketing (ou que atuem em uma dessas áreas).

A Subcomissão Técnica terá no mínimo 3 (três) membros, sendo 1 (um) deles sem vínculo funcional com a Câmara Municipal. Serão adotadas providências para o sorteio dos membros e a definição da ordem de suplência, conforme determina a lei.

A Comissão de Contratações, nos termos do art. 6º, inciso L, da Lei nº 14.133/2021, será responsável pelos demais procedimentos licitatórios.

6.3. CONFORMIDADE NORMATIVA E LEGAL

A solução contratada deve estar em total conformidade com as regulamentações aplicáveis e normas técnicas específicas do setor, em especial:

- I. Lei nº 12.232/2010 (licitações de serviços publicitários);
- II. Lei nº 14.133/2021 (licitações e contratos administrativos em geral);
- III. Lei nº 4.680/1965 (exercício da profissão de Publicitário e de Agenciador de Propaganda).

6.4. EFICIÊNCIA E SUSTENTABILIDADE

Devem ser priorizadas soluções que atendam a critérios de eficiência e que contribuam para a sustentabilidade ambiental e a redução de custos operacionais.

No tocante à responsabilidade socioambiental, deverá ainda ser incluída cláusula especificando que a Contratada deve: “adotar, na execução dos serviços, boas práticas de sustentabilidade ambiental, de otimização de recursos, de redução de desperdícios e de diminuição da poluição.”

6.5. CAPACIDADE DE INTEGRAÇÃO E COMPATIBILIDADE

A solução contratada deve ser plenamente compatível com a infraestrutura tecnológica existente na Câmara Municipal de Lorena, garantindo integração harmônica e eficiente com sistemas e processos já em operação.

6.6. REQUISITOS DE PRAZO

A execução dos serviços deve respeitar rigorosamente os prazos estabelecidos no termo de referência e/ou no contrato, observando-se cronogramas detalhados que assegurem a entrega nos prazos acordados.

6.7. AMPLA COMPETITIVIDADE

Os requisitos foram desenhados de forma a assegurar ampla competitividade entre os potenciais licitantes, permitindo a participação de empresas qualificadas, sem impor restrições que limitem a concorrência. A especificação foi cuidadosamente elaborada para garantir que todas as exigências sejam essenciais ao atendimento das necessidades desta Câmara, promovendo a melhor relação custo-benefício para a Administração.

6.8. VIGÊNCIA CONTRATUAL

A vigência inicial do contrato será de 12 (doze) meses, podendo ser prorrogada por iguais períodos até o limite máximo de 120 (cento e vinte) meses, nos termos do artigo 107 da Lei Federal nº 14.133/2021, desde que autorizada pela autoridade competente e observados os seguintes requisitos:

- I. Demonstração formal de que o serviço possui natureza continuada;
- II. Relatório informando que o objeto tem sido prestado regularmente;
- III. Justificativa escrita de que a Administração mantém interesse na prestação do serviço;
- IV. Comprovação de que o valor do contrato permanece economicamente vantajoso;
- V. Manifestação expressa da Contratada quanto ao interesse na prorrogação;
- VI. Comprovação de que a Contratada mantém as condições iniciais de habilitação.

A Contratada não terá direito subjetivo à prorrogação, a qual dependerá de conveniência e oportunidade da Administração.

6.9. REQUISITOS SOCIAIS

Compete à Contratada, no que couber, atender aos seguintes requisitos sociais:

- I. Adotar práticas de gestão que garantam os direitos trabalhistas e o cumprimento das normas internas e de segurança e medicina do trabalho para seus empregados.
- II. Não permitir a prática de trabalho análogo ao escravo ou qualquer outra forma de trabalho ilegal, bem como implementar esforços junto aos seus respectivos fornecedores de produtos e serviços, a fim de que estes também se comprometam no mesmo sentido.
- III. Não empregar menores de 18 anos para trabalho noturno, perigoso ou insalubre, e menores de dezesesseis anos para qualquer trabalho, com exceção à categoria de Menor Aprendiz.

IV. Não permitir a prática ou a manutenção de discriminação limitativa ao acesso na relação de emprego, ou negativa com relação a sexo, origem, raça, cor, condição física, religião, estado civil, idade, situação familiar ou estado gravídico, bem como implementar esforços nesse sentido junto aos seus fornecedores.

V. Respeitar o direito de formar ou associar-se a sindicatos, bem como negociar coletivamente, assegurando que não haja represálias.

VI. Desenvolver suas atividades respeitando a legislação fiscal, previdenciária e social, bem como os demais dispositivos legais relacionados à proteção dos direitos humanos, abstendo-se de impor aos colaboradores condições ultrajantes, sub-humanas ou degradantes de trabalho.

7. CONDIÇÕES GERAIS DA CONTRATAÇÃO

7.1. OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA

7.1.1. A Contratada será responsável pelo ônus resultante de quaisquer ações, demandas, custos e despesas decorrentes de danos causados por culpa ou dolo de seus empregados, prepostos ou contratados.

7.1.2. Obriga-se também a Contratada por quaisquer responsabilidades decorrentes de ações judiciais, inclusive trabalhistas, que lhe venham a ser atribuídas por força de lei, relacionadas ao cumprimento do presente Edital e do contrato.

7.1.3. A Contratada deverá prestar esclarecimentos à CÂMARA sobre eventuais atos ou fatos desabonadores noticiados que a envolvam, independentemente de solicitação.

7.1.4. A Contratada somente poderá divulgar informações acerca da prestação dos serviços objeto desta licitação, que envolvam o nome da Câmara Municipal de Lorena, mediante expressa autorização desta.

7.1.5. A seu critério, a Contratada poderá utilizar-se de seus representantes em outros estados ou municípios para serviços de criação e de produção, ou outros complementares ou acessórios que venham a ser necessários, desde que garantidas as condições previamente acordadas.

7.1.6. A Contratada obriga-se, por si e por sua Equipe Técnica, ao cumprimento de todas as exigências contratuais e à manutenção de completo sigilo sobre os dados e informações fornecidos pela Administração, bem como a não divulgar a terceiros quaisquer informações relacionadas ao objeto contratado, sem a prévia autorização, por escrito, dada pela Administração.

7.1.7. A Contratada deverá cumprir os dispositivos contratuais e fornecer ao Contratante a legislação, os documentos e informações que lhe forem solicitados no interesse da consecução do objeto contratado, sob pena de assumir, com exclusividade, os riscos decorrentes da demora.

7.2. OBRIGAÇÕES DO CONTRATANTE

7.2.1. Fornecer os elementos básicos e dados complementares necessários para o perfeito desenvolvimento dos serviços.

7.2.2. Cumprir todos os compromissos financeiros assumidos com a agência.

7.2.3. Comunicar, por escrito, à agência, 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.

7.2.4. Efetuar os pagamentos conforme previsto no Edital.

7.3. QUALIFICAÇÃO TÉCNICA DA EMPRESA CONTRATADA

A Contratada deverá apresentar, juntamente com os documentos de habilitação, o certificado de qualificação técnica, na forma do disposto no artigo 4º da Lei nº 12.232/2010, fornecido pelo Conselho Executivo das Normas-Padrão – CENP ou por entidade equivalente, legalmente reconhecida como fiscalizadora e certificadora das condições técnicas de agências de propaganda.

7.4. ELABORAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA

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

QUESITOS	SUBQUESITOS
I – Plano de Comunicação publicitária	Raciocínio Básico
	Estratégia de Comunicação Publicitária
	Ideia Criativa
	Estratégia de Mídia e Não Mídia
II – Capacidade de Atendimento	
III – Repertório	
IV – Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	

7.4.1. PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

O Plano de Comunicação Publicitária deverá ser constituído por caderno específico composto pelos subquesitos Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia, elaborado com base no briefing anexo e nas orientações do Edital.

Deverá ser elaborado em 02 (duas) vias, quais sejam:

- a) Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada: não poderá conter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que possibilite, por si só, a identificação de sua autoria antes da abertura do invólucro nº 2.
- b) Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada: deverá constituir-se em exemplar com o mesmo conteúdo da Via Não Identificada – sem os exemplos de peças e/ou material da Ideia Criativa – e conter a identificação do licitante, assim como data e assinatura na última página e rubrica nas demais.

7.4.1.1. SUBQUESITOS

- a) Raciocínio Básico é um subquesto que deverá ser desenvolvido por meio de texto, gráfico e/ou tabela, no qual o licitante fará um diagnóstico das necessidades de comunicação publicitária do Município, sua compreensão sobre o objeto da licitação e, principalmente, sobre o desafio de comunicação expresso no briefing.
- b) Estratégia de Comunicação Publicitária é um subquesto que deverá ser desenvolvido por meio de texto, gráfico e/ou tabela, no qual o licitante apresentará as linhas gerais de sua proposta para suprir o desafio de comunicação e alcançar os objetivos, gerais e específicos, de comunicação relacionados a esse desafio expressos no briefing, compreendendo:
 - I. Explicitação e defesa do partido temático e do conceito que, de acordo com seu raciocínio básico, devem fundamentar a proposta de solução publicitária;
 - II. 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.
- c) Ideia Criativa é um subquesto no qual o licitante apresentará uma proposta de campanha publicitária, detalhando sua Estratégia de Comunicação Publicitária. O licitante deverá selecionar, da relação de peças e materiais, aqueles que considerar mais adequados para demonstrar objetivamente sua solução para o desafio de comunicação. Será permitida a apresentação de até 10 (dez) exemplos, independentemente do meio, tipo ou característica da peça e/ou material, e o licitante deve se limitar a esse número, sob pena de desclassificação, observadas as seguintes regras:
 - I. Cada redução e/ou variação de formato será considerada como uma peça;
 - II. Cada peça apresentada como parte de um kit será computada no referido limite;
 - III. Peça sequencial, para qualquer meio (a exemplo de anúncio para revista, jornal, tablet, 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;

- IV. Um hotsite e todas as suas páginas serão consideradas uma peça;
 - V. Um filme e o hotsite em que se encontra hospedado serão considerados duas peças;
 - VI. Um banner e o hotsite para o qual ele esteja direcionado serão considerados duas peças;
 - VII. Na elaboração do animatic, poderão ser inseridas fotos e imagens estáticas, além de trilha, voz de personagens e locução;
 - VIII. Cada exemplo de peça e/ou material deverá trazer indicação sucinta (exemplos: “cartaz”, “filme TV”, “spot rádio”, “anúncio revista”, “monstro internet”);
 - IX. Os storyboards animados, animatics, protótipos e monstros deverão ser apresentados em PEN-DRIVE, e executáveis no sistema operacional Windows, nos formatos universais, a exemplo de: storyboards animados e animatics, para TV e cinema: avi, mov, wmv, mpeg, vob; protótipos e monstros, para rádio: mp3, wma; protótipos e monstros para internet: pdf, jpg, html, mpeg, swf e mov;
 - X. Os exemplos de peças e/ou material devem ter formatos compatíveis com suas características e se adequarem às dimensões do invólucro nº 1;
 - XI. Peças que não se ajustem às dimensões do invólucro nº 1 poderão ser dobradas;
 - XII. As peças gráficas poderão ser impressas em tamanho real ou reduzido – desde que não prejudiquem sua leitura – sem limitação de cores.
- d) Estratégia de Mídia e Não Mídia é um subquesito que 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 pelo licitante e em função da verba referencial indicada no briefing e a simulação do plano de distribuição, em que o licitante identificará todas as peças e materiais.
- I. Da simulação do plano de distribuição, deverá constar um resumo geral com informações sobre, pelo menos:
 - i. Período de distribuição e veiculação das peças e/ou material;
 - ii. Quantidades de inserções das peças em veículos de divulgação;
 - iii. Valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em veículos de divulgação, separadamente por meios;
 - iv. Valores (absolutos e percentuais) alocados na produção e/ou na execução técnica de cada peça destinada a veículos de divulgação;
 - v. Quantidades a serem produzidas de cada peça e/ou material de não mídia;
 - vi. Valores (absolutos e percentuais) alocados na produção de cada peça e/ou material de não mídia;
 - II. 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.

- III. A simulação do plano de distribuição deverá observar ainda as seguintes condições:
- i. Os preços das inserções em veículos de comunicação devem ser os de tabela cheia, vigentes na data de publicação do aviso de licitação;
 - ii. Deve ser desconsiderado o repasse da parte do desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei 4.680/65;
 - iii. Devem ser desconsiderados os custos internos e os honorários sobre todos os serviços de fornecedores.
 - iv. Para veículos de comunicação que não atuem com tabelas de preços públicos, mas que possam ser considerados como formas inovadoras de comunicação (tais como mídia programática, trading desks e redes sociais), o licitante deverá informar o montante de investimento proposto a ser utilizado com essas ferramentas no âmbito de sua estratégia, assim como para o alcance dos objetivos previamente estabelecidos, definindo em sua proposta quais métricas serão utilizadas para atingi-los (ex: com, true views, taxa de impressão, geração de leads, custo por alcance, CPC, CPE, custo por visualização de vídeo, custo por curtida, entre outros).
 - v. Para fins desta Licitação, a publicidade em plataformas digitais, exemplo da programação de publicidade nas redes sociais Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn e YouTube, está inserida no conceito de forma inovadora de comunicação.

7.4.1.2. FORMATAÇÃO DO PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

Caderno específico que compõe o Plano de Comunicação deverá observar a seguinte formatação:

- I. Caderno único, orientação retrato, com espiral preto colocado à esquerda;
- II. Capa e contracapa em papel A4 branco, com até 90 g/m², ambas em branco;
- III. Conteúdo impresso em papel A4, branco, com até 90 g/m², orientação retrato;
- IV. Espaçamento de 2 cm nas margens direita e esquerda, a partir da borda;
- V. Títulos, intertítulos, parágrafos e linhas subsequentes sem recuos;
- VI. Espaçamento “simples” entre linhas e, opcionalmente, duplo após título e intertítulos e entre parágrafos;
- VII. Alinhamento justificado do texto;
- VIII. Enumeração de páginas em fonte “Arial”, cor “automática”, tamanho “12 pontos”;
- IX. Numeração em todas as páginas, feita pelo editor de textos, a partir da primeira página interna, em algarismos arábicos, na parte inferior, no lado direito da folha.

Os textos do Raciocínio Básico, da Estratégia de Comunicação Publicitária e da relação de peças e/ou materiais 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 subquestitos.

Os textos, tabelas, gráficos e planilhas da Estratégia de Mídia e Não Mídia não têm limitação quanto ao número de páginas.

Os exemplos de peças e/ou materiais integrantes do subquestito Ideia Criativa deverão ser apresentados em papel A4 ou A3, com gramatura de até 90 g/m², sem suporte.

As tabelas e gráficos integrantes dos subquestitos Raciocínio Básico e Estratégia de Comunicação Publicitária poderão:

- I. Ser editados em cores;
- II. Ter seu conteúdo editado com a fonte “Arial”, tamanho “10 pontos”;
- III. Ser apresentados em papel A3 dobrado, que será considerado como 2 (duas) páginas.

As tabelas, gráficos e planilhas integrantes do subquestito Estratégia de Mídia e Não Mídia poderão:

- I. Ser editados em cores;
- II. Ter fontes e tamanhos habitualmente utilizados nesses documentos, não sendo exigida formatação de margem específica;
- III. Ser apresentados em papel A3 dobrado.

7.4.2. CAPACIDADE DE ATENDIMENTO

A Capacidade de Atendimento do licitante deverá ser constituída por caderno específico composto por textos, tabelas, gráficos, diagramas, fotos e/ou outros recursos, por meio dos quais o licitante discriminará a relação nominal dos seus principais clientes na data da apresentação das propostas, com a especificação do início de atendimento de cada um deles, a quantificação e a qualificação dos profissionais que poderão ser colocados à disposição para a execução do contrato, bem como suas qualificações, discriminando-se as áreas de estudo e planejamento, criação, produção de rádio, TV, cinema, internet, produção gráfica, mídia e atendimento.

A quantificação e a qualificação dos profissionais que poderão ser colocados à disposição da execução do contrato, bem como suas qualificações, deverão discriminar as áreas de estudo e planejamento, criação, produção de rádio, TV, cinema, internet, produção gráfica, mídia e atendimento.

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

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 do Município.

Também devem ser apresentadas as instalações, a infraestrutura e os recursos materiais que serão colocados à disposição para a execução do contrato, 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. Devem ser informadas, ainda, as informações de marketing e comunicação, as pesquisas de audiência e a auditoria de circulação e controle de mídia que serão colocadas regularmente à disposição do Município, sem ônus adicionais, durante a vigência do contrato.

Os documentos e informações que compõem o caderno específico mencionado no edital deverão ser formatados em orientação retrato, em papel A4 ou A3 dobrado, com ou sem o uso de cores, 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 do licitante, conforme seus atos constitutivos.

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

7.4.3. REPERTÓRIO

O Repertório será constituído de peças e/ou materiais concebidos e veiculados, expostos ou distribuídos pelo licitante, agrupados em caderno específico, onde deverão ser apresentadas 10 (dez) peças e/ou materiais, independentemente do seu tipo ou característica e da forma de sua veiculação, exposição ou distribuição, observado que as peças e/ou materiais devem ter sido veiculados, expostos ou distribuídos a partir de 1º de janeiro de 2019.

As peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD ou pen drive, executáveis no sistema operacional Windows, podendo integrar o caderno específico ou serem apresentadas separadamente (soltas).

A apresentação das peças gráficas poderá integrar o caderno específico ou ser apresentada separadamente (soltas), dobradas ou não, sempre em conformidade com o edital.

As peças e/ou materiais não podem se referir a ações executadas no âmbito de contratos de prestação de serviços de publicidade de que o Município seja ou tenha sido signatário.

A formatação deve seguir a orientação retrato, em fonte “Arial”, tamanho “12 pontos”, com ou sem o uso de cores, em folhas numeradas sequencialmente, a partir da primeira página interna, rubricadas e assinadas na última por quem detenha poderes de representação do licitante, conforme seus atos constitutivos. A edição deve ser em papel A4 ou A3, de até 90g, preservando, em qualquer hipótese, a compreensão do conteúdo e a indicação das dimensões originais das peças neles contidas.

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

A apresentação de peças e/ou materiais em número inferior ao exigido implica, para este quesito, pontuação máxima proporcional ao número de peças apresentadas.

A proporcionalidade a que se refere o edital será obtida mediante a aplicação da regra de três simples em relação à pontuação máxima prevista.

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

7.4.4. RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO

O licitante deverá apresentar, em caderno específico, 02 (dois) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, cada um com o máximo de 02 (duas) páginas, nos quais serão descritas soluções bem-sucedidas de problemas de comunicação planejadas e propostas por ela e implementadas por seus clientes ou ex-clientes, desde que estes últimos tenham sido atendidos em período posterior a 31 de dezembro de 2019.

As propostas de que trata do item devem ter recebido a autorização para sua produção ou ter sido veiculadas a partir de 1º de janeiro de 2020.

A apresentação de apenas 1 (um) relato implica pontuação máxima equivalente à metade da pontuação prevista.

Os relatos deverão estar formalmente referendados pelos respectivos clientes ou ex-clientes, desde que estes tenham sido atendidos em período posterior a 31 de dezembro de 2019, e não podem referir-se a ações executadas no âmbito de contratos de prestação de serviços de publicidade de que o Município seja ou tenha sido signatário.

A formalização do referendo deverá ser feita no próprio relato elaborado pelo licitante, mediante a rubrica do autor do referendo em todas as suas páginas e assinatura no final do relato.

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, além da assinatura do autor do relato. Para cada relato, é permitida a inclusão de até 5 (cinco) peças e/ou materiais – não computados no limite de páginas, independentemente do meio de divulgação, tipo ou característica da peça. Caso sejam incluídos:

- I. As peças eletrônicas deverão ser fornecidas em pen drive, executáveis no sistema operacional Windows, podendo integrar o caderno específico ou serem apresentadas separadamente (soltas).

- II. As peças gráficas poderão integrar o caderno específico ou ser apresentadas separadamente (soltas), preservando, em qualquer hipótese, a compreensão do seu conteúdo e a indicação de suas dimensões originais. Se apresentadas separadamente (soltas), as peças poderão ter qualquer formato, podendo, inclusive, ser apresentadas dobradas ou não.

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

Os documentos e informações que compõem o caderno específico mencionado deverão ser formatados em orientação retrato, em papel A4, com ou sem o uso de cores, 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 do licitante, conforme seus atos constitutivos.

Não há limitação de número de páginas para os relatos de soluções de problemas de comunicação.

7.5. ELABORAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇO

A Proposta de Preço deverá ser elaborada conforme modelo constante no Edital, informando o percentual de honorários, sem a quebra de percentual, incidente sobre o preço dos serviços especializados prestados por fornecedores, referentes (i) à produção e à execução técnica de peça e/ou material, assim como; (ii) ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas ou a serem realizadas; (iii) à criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias; (iv) 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 nº 4.682/65; e (v) ao desconto, sob forma de percentual, sem quebra de percentual, 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, em vigor, nos termos do artigo 11 da Lei nº 4.680/65, evitando-se a inexecuibilidade do contrato administrativo que vier a ser firmado e a remuneração pela intermediação na compra de mídia digital, nos casos em que os veículos não remunerem com o desconto de agência.

- I. Não será aceito percentual de honorários superior a 15% (quinze por cento) sobre serviços externos de produção, pesquisas e instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento e sobre formas inovadoras de comunicação publicitária. Também não será aceita 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 o desconto proposto, será de exclusiva responsabilidade do licitante, não lhe assistindo 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.).
- VI. A Proposta de Preço deverá conter declaração do licitante:
- Comprometendo-se a envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores de serviços especializados e veículos, quando for o caso, transferindo ao Município as vantagens obtidas;
 - Informando estar ciente e de acordo com as disposições alusivas a direitos autorais estabelecidas na minuta de contrato e conforme a Declaração de Elaboração Independente da Proposta, prevista no edital.
- A Proposta de Preço poderá adotar o modelo sugerido no edital e deverá ser datada e assinada por quem detenha poderes de representação do licitante, na forma de seus atos constitutivos, firme e precisa, sem propostas alternativas ou condicionadas que induzam o julgamento a ter mais de um resultado.
- Serão analisadas apenas as Propostas de Preço dos licitantes classificados no julgamento das Propostas Técnicas.
- A classificação das Propostas de Preço observará a ordem crescente dos percentuais apresentados, sendo considerada como a de menor preço aquela que receber maior pontuação, referente ao percentual de honorários relativos: (i) à produção e à execução técnica de peça e/ou material, assim como; (ii) ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas ou a serem realizadas; (iii) à criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias; (iv) ao percentual de descontos sobre a Tabela de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de São Paulo; e (v) ao percentual de remuneração pela intermediação na aquisição de mídia digital, nos casos em que os veículos não remunerem a agência com o desconto de agência.

O prazo de validade da Proposta de Preço deverá ser de, no mínimo, 60 (sessenta) dias, a contar da data da abertura da reunião de licitação, indicada na epígrafe deste Edital.

7.6. DISPOSIÇÕES GERAIS

A Proposta Técnica deverá ser entregue à Comissão em três invólucros distintos, enquanto a Proposta de Preço deverá ser apresentada no invólucro nº 4, na data, hora e local indicados no tópico “Reunião de Licitação” do preâmbulo do Edital.

O invólucro nº 1 será padronizado e fornecido pela Câmara, mediante solicitação formal do licitante à Comissão. Sua retirada deverá ser feita por um representante da empresa, que assinará recibo contendo os seguintes dados: nome empresarial, CNPJ, endereço, telefone e e-mail.

Os invólucros nº 2, nº 3 e nº 4 deverão ser providenciados pelo licitante, adequando-se às características de seu conteúdo, desde que garantida sua inviolabilidade até a abertura.

O invólucro nº 5, contendo os documentos de Habilitação, deverá ser entregue em sessão pública específica.

7.7. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS

O critério de julgamento para a classificação dos licitantes será o de TÉCNICA E PREÇO, nos termos do art. 5º da Lei 12.232/2010 e dos artigos 36 e 37 da Lei 14.133/21, sendo que é estabelecido o peso 0,70 para a Proposta Técnica e peso 0,30 para a Proposta de Preço.

O julgamento das Propostas Técnicas será realizado pela Subcomissão Técnica, que julgará conforme os seguintes atributos dos quesitos e subquesitos desenvolvidos pelo licitante:

I – PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

Raciocínio Básico - 10 pontos - a acuidade de compreensão:

- das funções e do papel do Município nos contextos social, político e econômico;
- da natureza, da extensão e da qualidade das relações do Município com seus públicos;
- das características do Município e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária;
- o desafio de comunicação expresso no briefing;
- sobre a natureza e a extensão do objeto da licitação;
- das necessidades de comunicação do Município para solucionar esse desafio.

Estratégia de Comunicação Publicitária - 20 pontos

- Adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza e à qualificação do Município e ao desafio de comunicação;
- Consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito propostos;
- Riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação do Município com seus públicos;
- Adequação e a exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do desafio de comunicação expresso no Briefing;
- Consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta;
- Capacidade de articular os conhecimentos sobre a comunicação publicitária, o desafio de comunicação expresso no briefing, seus públicos, os objetivos de comunicação e a verba disponível.

Ideia Criativa - 20 pontos

- Adequação ao desafio de comunicação;
- Adequação à estratégia de comunicação publicitária sugerida pelo licitante;
- Adequação ao universo cultural do público-alvo;
- Multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;
- Originalidade da combinação dos elementos que a constituem;
- Simplicidade da forma sob a qual se apresenta;
- Pertinência às atividades de comunicação do Município, assim como sua inserção nos contextos social, político e econômico;
- Desdobramentos comunicativos que ensejam conforme demonstrado nos exemplos de peças e/ou material apresentados;
- Exequibilidade das peças e/ou do material;
- Compatibilidade da linguagem utilizada nas peças e/ou no material aos meios e aos públicos propostos.

Estratégia de Mídia e Não Mídia - 15 pontos

- Conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação do público-alvo;
- Capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos;
- Consistência do plano simulado de distribuição das peças e/ou do material em relação aos dois subitens anteriores;

- Pertinência e oportunidade demonstradas no uso dos recursos de comunicação próprios do Município;
- Economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças e/ou do material;
- Otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa.

II. CAPACIDADE DE ATENDIMENTO - 15 pontos

- Porte e a tradição dos clientes atuais do licitante e o conceito de seus produtos e serviços no mercado;
- Experiência dos profissionais do licitante em atividades publicitárias;
- Adequação das qualificações e das quantificações desses profissionais à estratégia de comunicação publicitária do Município;
- Adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que estarão à disposição da execução do contrato;
- Operacionalidade do relacionamento entre o Município e o licitante, esquematizado na proposta;
- Relevância e a utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que o licitante colocará regularmente à disposição do Município, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato.

III. REPERTÓRIO (10 pontos)

- Ideia criativa e sua pertinência ao problema que o licitante se propôs a resolver;
- Qualidade da execução e do acabamento da peça e/ou material;
- Clareza da exposição das informações prestadas.

IV. RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO (10 pontos)

- Evidência de planejamento publicitário;
- Consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução;
- Relevância dos resultados apresentados;
- Concatenação lógica da exposição.

Cada membro da Subcomissão Técnica atribuirá pontos individuais a cada um dos quesitos e subquesitos, de acordo com a pontuação máxima, obedecidos intervalos de 0,5 (meio) ponto.

A pontuação do quesito corresponderá à média aritmética dos pontos atribuídos a ele ou a seus subquesitos pelos membros da Subcomissão Técnica.

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

A nota de cada licitante corresponderá à soma dos pontos dos quesitos.

Será desclassificado o licitante que:

- a) Não observar as determinações e as exigências deste Edital;
- b) Tentar influenciar a Comissão ou a Subcomissão Técnica no processo de julgamento das Propostas.

Serão consideradas mais bem classificadas, na fase de julgamento da Proposta Técnica, os licitantes que obtiverem as maiores notas, observadas as condições mínimas indicadas neste Termo de Referência.

Se houver empate que impossibilite a identificação automática dos licitantes mais bem classificadas nesta fase, serão assim consideradas as que obtiverem as maiores pontuações, sucessivamente, nos subquesitos ideia criativa, estratégia de comunicação publicitária, estratégia de mídia e não mídia e nos quesitos capacidade de atendimento, relatos de soluções de problemas de comunicação e repertório.

Persistindo o empate, a decisão será feita por sorteio, a ser realizado na própria sessão ou em ato público marcado pela Comissão, para o qual serão convidadas todos os licitantes.

Serão consideradas vencedoras do julgamento final das Propostas Técnicas os licitantes mais bem classificados na Proposta Técnica.

7.8. JULGAMENTO DA PROPOSTA DE PREÇOS

Serão avaliadas e valoradas as propostas segundo os critérios abaixo:

Percentual de honorários sobre:

(i) à produção e à execução técnica de peça e ou material:

Pontos	Percentual de Honorários
20	10% ou abaixo de 10%
15	11%
12	12%
10	De 13% a 14%
05	15%

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

Pontos	Percentual de Honorários
20	10% ou abaixo de 10%
15	11%
12	12%
10	De 13% a 14%
05	15%

(iii) à criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias, fixados nos limites estabelecidos:

Pontos	Percentual de Honorários
20	10% ou abaixo de 10%
15	11%
12	12%
10	De 13% a 14%
05	15%

Desconto sobre a Tabela de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de São Paulo que estiver em vigor, fixados nos limites estabelecidos:

Pontos	Desconto sobre a Tabela de Custos Internos
20	50% ou acima de 50%
15	45%
12	40%
10	35%
05	30%

Percentual de remuneração sobre a aquisição de mídia digital nos casos em que os veículos não remunerem com o desconto de agência:

Pontos	Percentual de Remuneração
--------	---------------------------

20	Até 15%
18	16%
15	17%
12	18%
10	19%
05	20%

Serão consideradas as melhores propostas comerciais aquelas que atingirem as maiores pontuações através da fórmula abaixo:

NFPC = Nota final da Proposta Comercial

D1 – Pontuação aplicada ao Percentual sobre honorários de produção externa;

D2 – Pontuação aplicada ao percentual de honorários incidentes sobre planejamento e execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação;

D3 – Pontuação aplicada ao percentual de honorários incidentes sobre formas inovadoras de comunicação publicitária;

D4 – Pontuação aplicada ao Desconto sobre a Tabela de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de São Paulo;

D5 – Pontuação aplicada ao percentual de remuneração pela intermediação na aquisição de mídia digital, nos casos em que os veículos não remunerem com o desconto de agência.

NFPC = D1 + D2 + D3 + D4 + D5

7.9. JULGAMENTO DAS MELHORES PROPOSTAS, APLICANDO-SE A MÉDIA PONDERADA ENTRE A MELHOR PROPOSTA TÉCNICA E A MELHOR PROPOSTA DE PREÇOS

A Pontuação Final será obtida através da fórmula abaixo, conforme previsto no artigo 36, parágrafo 2º da Lei 14.133/21:

$PF = (NFPT \times 0,70) + (NFPC \times 0,30)$

PF = Pontuação final

NFPT = Pontuação relativa à proposta técnica

NFPC = Pontuação relativa à proposta comercial

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

- I. Estratégia de Comunicação Publicitária;
- II. Ideia Criativa;

- III. Raciocínio Básico e
- IV. Estratégia de Mídia e Não Mídia.

7.10. SUBCOMISSÃO TÉCNICA

Esta Concorrência será processada e julgada pela Comissão, na forma do art. 10 da Lei 12.232/10, com exceção da análise e julgamento das Propostas Técnicas, que serão analisadas e julgadas por Subcomissão Técnica, composta por 03 (três) membros sorteados em sessão pública e publicado no Jornal Oficial do Município.

8. DAS SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

8.1. Comete infração administrativa nos termos da Lei nº 14.133, de 2021, a Contratada que:

- I. Dar causa à inexecução parcial do contrato;
- II. Dar causa à inexecução parcial do contrato que cause grave dano à Administração, ao funcionamento dos serviços públicos ou ao interesse coletivo;
- III. Dar causa à inexecução total do contrato;
- IV. Deixar de entregar a documentação exigida para o certame;
- V. Não manter a proposta, salvo em decorrência de fato superveniente devidamente justificado;
- VI. Não celebrar o contrato ou não entregar a documentação exigida para a contratação, quando convocado dentro do prazo de validade de sua proposta;
- VII. Ensejar o retardamento da execução ou da entrega do objeto da licitação sem motivo justificado;
- VIII. Apresentar declaração ou documentação falsa exigida para o certame ou prestar declaração falsa durante a licitação ou a execução do contrato;
- IX. Fraudar a licitação ou praticar ato fraudulento na execução do contrato;
- X. Comportar-se de modo inidôneo ou cometer fraude de qualquer natureza;
- XI. Praticar atos ilícitos com vistas a frustrar os objetivos da licitação;
- XII. Praticar ato lesivo previsto no art. 5º da Lei nº 12.846, de 1º de agosto de 2013.

8.2. A Contratada que cometer as infrações discriminadas acima ficará sujeita, sem prejuízo da responsabilidade civil e criminal, às seguintes sanções:

- I. Advertência, se não justificar pena mais grave;
- II. Multa de 0,5% a 20% do valor do contrato, por qualquer das infrações administrativas;
- III. Impedimento de licitar e contratar com o ente federativo, por até 3 anos, quando não se justificar a imposição de pena mais grave;

IV. Declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com qualquer ente federativo, por um período entre 3 e 6 anos, aplicável também quando for o caso de impor pena mais grave.

8.3. A Contratada também estará sujeita às seguintes penalidades em caso de inadimplemento de suas obrigações, garantido o contraditório e ampla defesa:

- I. Advertência;
- II. Multa moratória;
- III. Multa compensatória;
- IV. Multa rescisória, nos casos de rescisão unilateral por descumprimento contratual;
- V. Suspensão do direito de participar de licitação e de contratar com o legislativo, por até 2 anos.

8.4. As sanções de advertência e suspensão do direito de licitar poderão ser aplicadas cumulativamente com as sanções de multa moratória, compensatória e rescisória.

8.5. A aplicação das penalidades será realizada mediante processo administrativo, assegurando-se à Contratada o direito à ampla defesa e ao contraditório.

8.6. A execução de qualquer sanção administrativa não exime o infrator da obrigação de corrigir as irregularidades que deram origem à sanção.

8.7. As multas aplicadas após regular processo administrativo serão descontadas das garantias do contrato. Se o valor da multa exceder o valor da garantia prestada, o saldo devedor será cobrado dos pagamentos devidos pela Administração ou, quando necessário, cobrado judicialmente.

9. OBRIGAÇÕES GERAIS E PERFIL DA CONTRATAÇÃO

9.1. Obrigações gerais:

- I. Contratada deverá cumprir todas as obrigações constantes neste Termo de Referência, seus anexos e sua proposta, assumindo como exclusivamente seus, os riscos e as despesas decorrentes da boa e perfeita execução do objeto.
- II. A Contratada será responsável pela qualidade dos serviços prestados, devendo assegurar que os profissionais alocados para a execução das atividades sejam devidamente capacitados e possuam os conhecimentos necessários para desempenhar suas funções com eficiência.
- III. A Contratada deverá fornecer as diretrizes necessárias para a perfeita execução das campanhas publicitárias, na qualidade e quantidades especificadas neste Termo de Referência.
- IV. A Contratada deverá observar e cumprir todas as normas técnicas vigentes, especialmente as relacionadas a publicidade institucional, garantindo que os serviços sejam executados de forma segura e em conformidade com a legislação aplicável.

- V. A Contratada se obriga a cumprir fielmente o disposto neste Termo de Referência, no Estudo Técnico Preliminar e nos demais documentos que integram o processo de contratação, bem como as obrigações assumidas conforme a Lei nº 14.133/2021.
- VI. É de responsabilidade da Contratada todas as obrigações trabalhistas, sociais, previdenciárias e tributárias, bem como os demais custos advindos da contratação, abstendo-se a Contratada de qualquer responsabilidade solidária ou subsidiária.

10. DA EXIGÊNCIA E APRESENTAÇÃO DE SEGURO

10.1. Exigência de apresentação de seguro:

10.1.1. Conforme o artigo 58 da Lei nº 14.133/2021, será exigido da proponente licitante a apresentação de seguro garantidor da proposta no percentual de 1% do valor estimado do contrato.

10.1.2. O seguro garantidor da proposta deverá ser apresentado no momento da habilitação do licitante e deverá cobrir eventuais prejuízos decorrentes da não celebração do contrato por parte do licitante vencedor.

10.1.3. Posteriormente, o licitante vencedor de cada lote deverá apresentar garantia contratual no percentual de 5% do valor de sua contratação, conforme artigos 96 e 97 da Lei nº 14.133/2021.

10.1.4. A garantia contratual poderá ser prestada nas modalidades previstas na legislação vigente, sendo elas: caução em dinheiro ou em títulos da dívida pública, seguro-garantia ou fiança bancária.

10.1.5. A garantia contratual tem por objetivo assegurar o fiel cumprimento das obrigações contratuais assumidas pela Contratada, cobrindo eventuais prejuízos que possam ser causados à Administração pela inexecução parcial ou total do contrato.

10.2. Considerações finais:

10.2.1. A não apresentação da garantia de proposta implicará na inabilitação do licitante.

10.2.2. A não apresentação da garantia contratual no prazo estabelecido no edital implicará na rescisão unilateral do contrato pela Administração, sem prejuízo das sanções cabíveis.

11. MODELO DE EXECUÇÃO CONTRATUAL

11.1. Prazo de Execução dos Serviços:

11.1.1. O prazo de execução dos serviços será de 12 (doze) meses, com início na data de assinatura do contrato, podendo ser prorrogado por períodos iguais e sucessivos, totalizando o limite máximo de 120 (cento e vinte) meses, nos termos do artigo 107 da Lei Federal nº 14.133/21.

11.1.2. A execução do objeto deverá iniciar-se em até 5 (cinco) dias após a assinatura do contrato.

11.2. Descrição Detalhada da Execução dos Serviços:

11.2.1. A execução do objeto seguirá a dinâmica descrita na seção de REQUISITOS DA CONTRATAÇÃO deste termo.

11.2.2. A descrição detalhada dos métodos, rotinas, etapas, tecnologias, procedimentos, frequência e periodicidade de execução do trabalho deverá ser rigorosamente observada conforme especificado.

12. MODELO DE GESTÃO DO CONTRATO

12.1. Prazo de Pagamento:

12.1.1. A contratação deverá ser executada 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.

12.1.2. As comunicações entre Contratante e Contratada devem ser realizadas por escrito sempre que o ato exigir tal formalidade, admitindo-se o uso de mensagem eletrônica para esse fim.

12.2. Fiscalização da Execução:

12.2.1. A execução deverá ser acompanhada e fiscalizada pelo(s) fiscal(is) do contrato (fiscal técnico e administrativo) e/ou gestor, ou pelos respectivos substitutos nos moldes a seguir e de acordo com as prerrogativas dispostas na Lei 14.133/2021.

12.2.2. O fiscal do contrato acompanhará a execução do contrato, para que sejam cumpridas todas as condições estabelecidas no contrato, de modo a assegurar os melhores resultados para a Administração.

12.2.3. O fiscal do contrato anotarà em registro próprio todas as ocorrências relacionadas à execução do contrato, determinando o que for necessário para a regularização das faltas ou dos defeitos observados.

12.2.4. Identificada qualquer inexecução ou irregularidade, o fiscal do contrato emitirá notificações para a correção da execução do contrato, determinando um prazo para a correção.

12.2.5. O fiscal do contrato informará ao gestor de contratos, em tempo hábil, a situação que demandar decisão ou adoção de medidas que ultrapassem sua competência, para que adote as medidas necessárias e saneadoras, se for o caso.

12.2.6. No caso de ocorrências que possam inviabilizar a execução do contrato nas datas aprezadas, o fiscal do contrato comunicará o fato imediatamente ao gestor de contratos.

12.2.7. O fiscal do contrato comunicará ao gestor de contratos, em tempo hábil, o término da ata sob sua responsabilidade, com vistas à renovação tempestiva ou à prorrogação.

12.2.8. O fiscal do contrato verificará a manutenção das condições de habilitação da Contratada, acompanhará o empenho, o pagamento, as garantias, as glosas e a formalização de apostilamento e termos aditivos, solicitando quaisquer documentos comprobatórios pertinentes, caso necessário.

12.2.9. Caso ocorram descumprimentos das obrigações contratuais, o fiscal do contrato atuará tempestivamente na solução do problema, reportando ao gestor de contratos para que tome as providências cabíveis, quando ultrapassar a sua competência.

12.2.10. O gestor de contratos coordenará a atualização do processo de acompanhamento e fiscalização do contrato contendo todos os registros formais da execução no histórico de gerenciamento da ata, a exemplo da ordem de serviço, do registro de ocorrências, das alterações e das prorrogações contratuais, elaborando relatório com vistas à verificação da necessidade de adequações do contrato para fins de atendimento da finalidade da administração.

12.2.11. O gestor de contratos acompanhará os registros realizados pelo fiscal do contrato, de todas as ocorrências relacionadas à execução e as medidas adotadas, informando, se for o caso, à autoridade superior àquelas que ultrapassarem a sua competência.

12.2.12. O gestor de contratos acompanhará a manutenção das condições de habilitação da Contratada, para fins de empenho de despesa e pagamento, e anotará os problemas que obstem o fluxo normal da liquidação e do pagamento da despesa no relatório de riscos eventuais.

12.2.13. O gestor de contratos tomará providências para a formalização de processo administrativo de responsabilização para fins de aplicação de sanções, a ser conduzido pela comissão de que trata o art. 158 da Lei nº 14.133/2021, ou pelo agente ou pelo departamento/setor com competência para tal, conforme o caso.

12.2.14. O gestor de contratos deverá elaborar relatório final com informações sobre a consecução dos objetivos que tenham justificado a contratação e eventuais condutas a serem adotadas para o aprimoramento das atividades da Administração.

12.2.15. O mesmo servidor poderá exercer as funções de fiscal técnico e fiscal administrativo.

12.2.16. A Contratada será obrigada a reparar, corrigir, remover, reconstruir ou substituir, a suas expensas, no total ou em parte, o objeto do contrato em que se verificarem vícios, defeitos ou incorreções resultantes de sua execução ou de materiais nela empregados.

12.2.17. A Contratada será responsável pelos danos causados diretamente à Administração ou a terceiros em razão da execução do contrato, e não excluirá nem reduzirá essa responsabilidade a fiscalização ou o acompanhamento pelo Contratante.

12.2.18. Somente a Contratada será responsável pelos encargos trabalhistas, previdenciários, fiscais e comerciais resultantes da execução do contrato (Lei nº 14.133/2021, art. 121, caput).

12.2.19. A inadimplência da Contratada em relação aos encargos trabalhistas, fiscais e comerciais não transferirá à Administração a responsabilidade pelo seu pagamento e não poderá onerar o objeto do contrato (Lei nº 14.133/2021, art. 121, §1º).

12.2.20. O órgão ou entidade poderá convocar representante da empresa para adoção de providências que devam ser cumpridas de imediato.

12.2.21. Antes do pagamento da nota fiscal ou da fatura, deverá ser consultada a situação da empresa junto ao SICAF.

12.2.22. Serão exigidos a Certidão Negativa de Débito (CND) relativa a Créditos Tributários Federais e à Dívida Ativa da União, o Certificado de Regularidade do FGTS (CRF) e a Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas (CNDT), caso esses documentos não estejam regularizados no SICAF. O pagamento será efetuado no prazo máximo de até 30 dias do recebimento da nota fiscal.

13 – CRITÉRIO DE MEDIÇÃO DE PAGAMENTO

13.1. A avaliação da execução do objeto utilizará o disposto neste item.

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

- I. Não produzir os resultados acordados.
- II. Deixar de executar, ou não executar com a qualidade mínima exigida o fornecimento objeto desta contratação; ou
- III. Deixar de utilizar materiais/entregar materiais e/ou recursos humanos exigidos para a execução do serviço, ou utilizá-los com qualidade ou quantidade inferior à demandada.

13.2. Do Recebimento:

13.2.1. Os serviços serão recebidos provisoriamente, no prazo de 5 (cinco) dias.

13.2.2. O prazo da disposição acima será contado do recebimento de comunicação de cobrança oriunda da Contratada com a comprovação da prestação dos serviços a que se referem a parcela a ser paga.

13.2.3. Para efeito de recebimento provisório, ao final de cada período de faturamento/aceite de execução dos serviços, será apurado o resultado das avaliações da execução do objeto e, se for o caso, a análise do desempenho e qualidade da prestação dos serviços realizados em consonância com os indicadores previstos, que poderá resultar no redimensionamento de valores a serem pagos à Contratada, registrando em relatório a ser encaminhado ao gestor do contrato.

13.2.4. Será considerado como ocorrido o recebimento provisório com a entrega do termo detalhado ou, em havendo mais de um a ser feito, com a entrega do último;

13.2.5. 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, no prazo de até 3 (três) dias, cabendo à fiscalização não atestar a última e/ou

única medição de serviços até que sejam sanadas todas as eventuais pendências que possam vir a ser apontadas no Recebimento Provisório.

13.2.6. A fiscalização não efetuará o ateste da última e/ou única medição de serviços ou produtos recebidos até que sejam sanadas todas as eventuais pendências que possam vir a ser apontadas no Recebimento Provisório (Art. 119 c/c art. 140 da Lei nº 14.133, de 2021).

13.2.7. O recebimento provisório também ficará sujeito, quando cabível, à conclusão de todos os testes ou verificação da execução em campo e à entrega dos Manuais e Instruções exigíveis (quando aplicável).

13.2.8. Os serviços poderão ser rejeitados, no todo ou em parte, quando em desacordo com as especificações constantes neste Termo de Referência e na proposta, sem prejuízo da aplicação das penalidades.

13.3. No caso de controvérsia sobre a execução do objeto, quanto à dimensão, qualidade e quantidade, deverá ser observado o teor do art. 143 da Lei nº 14.133, de 2021, comunicando-se à empresa para emissão de Nota Fiscal no que pertence à parcela incontroversa da execução do objeto, para efeito de liquidação e pagamento.

13.4. Nenhum prazo de recebimento ocorrerá enquanto pendente a solução, pela Contratada, de inconsistências verificadas na execução do objeto ou no instrumento de cobrança.

13.5. O recebimento provisório ou definitivo não excluirá a responsabilidade civil, nem a responsabilidade ético-profissional pela perfeita execução do contrato.

13.6. Liquidação:

13.6.1. Recebida a Nota Fiscal ou documento de cobrança equivalente, a liquidação deverá ser realizada no máximo até 30 (trinta) dias contados do recebimento.

13.6.2. Para fins de liquidação, o setor competente deverá verificar se a nota fiscal ou instrumento de cobrança equivalente apresentado expressa os elementos necessários e essenciais do documento, tais como:

- I. o prazo de validade;
- II. a data da emissão;
- III. os dados do contrato e do órgão contratante;
- IV. o período respectivo de execução do contrato;
- V. o valor a pagar;
- VI. eventual destaque do valor de retenções tributárias cabíveis; e
- VII. vencimento.

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

13.7. Forma de Pagamento:

13.7.1. O pagamento será realizado por meio de código de barras da fatura apresentada pela Contratada ou através de ordem bancária, para crédito em banco, agência e conta corrente indicados pela Contratada.

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

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

13.7.3.1. 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.

14. CONTRATAÇÕES CORRELATAS E/OU INTERDEPENDENTES

14.1. Não há registros de contratações correlatas ou interdependentes.

15. ALINHAMENTO ENTRE A CONTRATAÇÃO E O PLANEJAMENTO

Embora a Câmara Municipal de Lorena não possua um Plano Anual de Contratações formalmente instituído, a contratação de serviços de publicidade está em consonância com as diretrizes do planejamento estratégico do órgão. A contratação de serviços de comunicação visa atender às necessidades institucionais de transparência e comunicação, alinhando-se aos objetivos da Administração. A verificação da disponibilidade orçamentária será realizada após a pesquisa de preços e antes da publicação do edital, de modo a garantir que a contratação esteja de acordo com as previsões financeiras da Câmara.

16. RESULTADOS PRETENDIDOS

Com a contratação de serviços de publicidade por intermédio de agência de propaganda, a Câmara Municipal visa otimizar suas ações de orientação e concretizar seu objetivo estratégico de estreitar o relacionamento e a comunicação com a sociedade, promovendo a divulgação eficaz das ações do Governo Municipal.

A implementação de uma estratégia publicitária mais assertiva permitirá à Câmara Municipal maximizar o uso do orçamento destinado a essa área, garantindo, assim, o uso responsável dos recursos públicos.

A expertise da agência contratada, composta por profissionais qualificados e equipada com ferramentas inovadoras, oferece as melhores soluções publicitárias para apoiar a atuação da Câmara Municipal. Essa parceria, junto com as dinâmicas de execução previstas no contrato, proporcionará maior celeridade no

desenvolvimento das campanhas publicitárias do município, atendendo de forma eficiente às necessidades de comunicação da Câmara e enfrentando os desafios institucionais do dia a dia.

A eficiência temporal será garantida pela responsabilidade da agência de propaganda em intermediar e supervisionar a contratação de fornecedores especializados para a produção e execução das peças publicitárias, além de gerir os contratos com veículos de comunicação e divulgação necessários para disseminar as mensagens da Câmara Municipal.

A Câmara Municipal, com este trabalho, prioriza a efetividade na comunicação de suas campanhas, buscando atingir o maior público possível com as mensagens mais adequadas, a fim de conquistar a atenção e compreensão dos cidadãos, em um cenário saturado de conteúdos privados e espaços publicitários limitados.

A expertise técnica da agência de propaganda, adquirida por meio do processo licitatório, apoia as equipes internas da Câmara Municipal ao propor as estratégias de comunicação mais eficazes, ajustando a equação: o que comunicar, como comunicar, o que destacar, quando comunicar, onde comunicar e quanto investir.

Além de ser um direito do cidadão e um dever da administração divulgar seus atos e a destinação dos recursos públicos, a publicidade tem um papel fundamental de orientar, educar e mobilizar a população, para que esta possa usufruir dos serviços oferecidos ou adotar comportamentos positivos que tragam benefícios reais à sua vida.

Portanto, a contratação de serviços de publicidade por meio de agências de propaganda permitirá à Câmara Municipal agregar maior adequação, qualidade e eficiência à implementação da política de comunicação do município, promovendo maior transparência nos atos administrativos e contribuindo para o fortalecimento do exercício da cidadania pela população.

17. DECLARAÇÃO DE VIABILIDADE

Considerando o exposto no Estudo Técnico Preliminar, é declarada a viabilidade da contratação de serviços de publicidade por intermédio de agência de propaganda, com objetivo de:

Garantir soluções publicitárias especializadas e eficazes para uma comunicação institucional clara e acessível;

Contribuir para a ampliação da transparência e da participação popular nos atos do Poder Legislativo;

Oferecer suporte técnico qualificado à equipe interna da Câmara Municipal de Lorena;

Assegurar o atendimento adequado às obrigações legais de publicidade dos atos administrativos e legislativos, conforme legislação vigente.

A contratação será realizada por meios de procedimentos licitatórios estabelecidos pelas Leis nº 12.232/2010, nº 14.133/2021 e demais normas aplicáveis, garantindo a observância dos princípios da



competitividade e da eficiência, e assegurando a otimização dos recursos públicos e a execução dos serviços de forma estratégica, em alinhamento com o interesse público.

ANEXO II - BRIEFING

BRIEFING CÂMARA MUNICIPAL DE LORENA

1. CONTEXTO E TRANSPARÊNCIA

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

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

2. OBJETIVOS DA COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL

- Divulgar a atuação da Câmara, suas funções, projetos e a participação popular no processo legislativo.
- Ressaltar a importância do Legislativo para a vida da população, reforçando sua imagem institucional e aproximando o cidadão do exercício da democracia local.
- Nos últimos anos, a Câmara Municipal desenvolveu ações para evidenciar seu relevante papel na vida dos munícipes, por meio de projetos e leis que atendem às necessidades de uma cidade em constante crescimento e desenvolvimento.
- Este briefing oferece a visão geral que norteará a campanha a ser desenvolvida, bem como os objetivos de comunicação genéricos e específicos.

3. COMUNICAÇÃO GENÉRICA

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

4. ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO

- A comunicação da Câmara Municipal deve conter informações objetivas, capazes de produzir conhecimento e esclarecimento, contribuindo para aumentar a confiança e o respeito do cidadão para com o Poder Legislativo local.
- O enfoque da comunicação deve ser fundamentado em objetivos claros, com informações eficientes, voltadas a toda a população abrangida pelas leis elaboradas e aprovadas pela Câmara Municipal de Lorena.
- Divulgar os principais projetos em andamento, bem como demonstrar os resultados legislativos e administrativos por meio de ferramentas de transparência, a fim de evidenciar o papel fiscalizador e propositivo do Legislativo.

5. ATRIBUIÇÕES DA CÂMARA MUNICIPAL DE LORENA

- Funções Legislativa: Elaboração de Emendas à Lei Orgânica do Município, Leis Complementares, Leis Ordinárias, Decretos Legislativos e Resoluções sobre matérias de competência municipal.
- Funções de Fiscalização Externa, Financeira, Orçamentária e Patrimonial: Exercidas com o auxílio do Tribunal de Contas do Estado de São Paulo (TCE-SP), compreendendo:
 - a) Apreciação das contas do exercício financeiro, apresentadas pelo Prefeito e pela Mesa Diretora da Câmara;
 - b) Acompanhamento das atividades financeiras e orçamentárias do município;
 - c) Julgamento da regularidade das contas dos administradores e demais responsáveis por bens e valores públicos.
- Função de Controle da Administração Pública: Envolve a vigilância sobre os negócios do Executivo, conforme os princípios de legalidade, impessoalidade, moralidade, publicidade e ética política-administrativa.
- Função de Assessoramento: Sugerir medidas de interesse público ao Executivo, por meio de indicações.
- Função Administrativa: Restringe-se à sua organização interna, regulamentação de seu funcionalismo e estrutura de seus serviços auxiliares.
- Função Julgadora: Aplica-se aos casos de julgamento do Prefeito e dos Vereadores, quando cometerem infrações político-administrativas previstas em lei ou incidem em falta de decoro.
- Gestão de Assuntos Internos: Realizada por meio de seu Regimento Interno e administração de seus serviços auxiliares.

6. COMUNICAÇÃO ESPECÍFICA PARA A CAMPANHA

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

A mensagem principal deve ressaltar:

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

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

7. PÚBLICO-ALVO

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

8. VERBA PARA SIMULAÇÃO DO PLANO

Para fins de campanha simulada a ser desenvolvida pelos licitantes, define-se uma verba de R\$ 100.000,00 (cem mil reais).

9. DURAÇÃO DA CAMPANHA

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

10. RECURSOS PRÓPRIOS DE COMUNICAÇÃO

A Câmara Municipal de Lorena dispõe de canais institucionais de comunicação digital que deverão ser considerados e, sempre que pertinente, aproveitados na elaboração da campanha simulada. Esses recursos possibilitam maior alcance e integração com a sociedade, garantindo transparência e fortalecimento da relação com o cidadão.

- Site institucional: <https://www.camaralorena.sp.gov.br>;
- Facebook: facebook.com/camaralorena



- Instagram: [instagram.com/camaramunicipalloreana](https://www.instagram.com/camaramunicipalloreana);
- YouTube: [youtube.com/camaradelorena](https://www.youtube.com/camaradelorena).

11. INFORMAÇÕES FINAIS

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

ANEXO III

MODELO DE PROPOSTA DE PREÇO

Referência: Licitação promovida pela Câmara Municipal de Lorena- Concorrência n. ____/2025

Nome empresarial da licitante:

CNPJ n.

Endereço, telefone e e-mail:

Validade da proposta(.....) dias **(no mínimo 60 dias)**, a partir da data de sua apresentação.

Declaramos que, na vigência do contrato decorrente da Concorrência n. ____/2025, promovida pela Câmara Municipal de Lorena serão cobrados os seguintes honorários:

Honorários de% (.....por cento.) sobre os custos relativos à produção e à execução técnica de peça e ou material,

Honorários de xxxxxx % (..... por cento) incidentes sobre os custos de 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;

Honorários de xxxxxxxx% (xxxxxxx por cento) incidentes sobre o custo de criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias;

Remuneração de % (.....) sobre a aquisição de mídia digital, nos casos em que os veículos não remunerem a agência pelo desconto de agência.

Em decorrência dos trabalhos de criação e produção interna, será aplicada a Tabela Referencial de Custos Internos editada pelo Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de São Paulo, vigente quando da prestação dos serviços correspondentes, com um desconto de% (..... por cento).

O preço proposto contempla todos os custos e despesas necessários à plena execução do serviço, tais como de pessoal e de administração e todos os encargos (obrigações sociais, impostos, taxas etc.) incidentes sobre os serviços objeto desta licitação, nada mais sendo lícito pleitear da Câmara Municipal de Lorena a esse título.

Declaramo-nos cientes de que a Câmara Municipal de Lorena procederá a retenção de tributos e contribuições nas situações previstas em lei.

O desconto de agência ou honorários de mídia será pago à agência na intermediação da compra de espaço/tempo publicitários, pelos Veículos de Comunicação, na base de 20% sobre o valor da mídia efetivamente negociada, sendo que o Veículo emitirá sua fatura contra a Câmara Municipal de Lorena correspondente à chamada “parte líquida”, correspondente a 80% do valor da mídia, e a agência emitirá sua nota-fiscal correspondente a 18 % (dezessete por cento), já deduzido o repasse de 2% (dois por cento) sobre o desconto de agência, conforme Anexo “B” das Normas Padrão, contra a Câmara Municipal de Lorena

O repasse de parte do desconto de agência na forma acima referida, só ocorrerá se o valor do contrato atender as disposições do Anexo B das Normas-Padrão, ou seja, não haverá nenhum repasse, caso o valor anual do contrato seja de até R\$2.500.000,00; haverá o repasse de 2% do valor da mídia adquirida, se o valor anual do contrato for de R\$2.500.001,00 até R\$7.500.000,00; haverá o repasse de 3% do valor da mídia adquirida, se o valor anual do contrato for de R\$7.500.001,00 até R\$25.000.000,00 e haverá o repasse de 5% se o valor anual do contrato for superior a R\$25.000.000,00.

DECLARAMOS ainda que:

- a) Nos comprometemos a envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores de serviços especializados e veículos, quando for o caso, transferindo à Câmara Municipal as vantagens obtidas;
- b) Nos responsabilizamos pelos encargos comerciais decorrentes da execução contratual e que respeitaremos os prazos contratuais referentes ao repasse de valores que nos forem confiados pela Administração contratante e devidos aos terceiros prestadores de serviços especializados e aos veículos de comunicação.
- c) Informamos conhecer e aceitar as disposições alusivas a direitos autorais estabelecidas na **Cláusula VIII** da minuta de contrato

.....,dede 2025.

CARIMBO/CNPJ E ASSINATURA DO REPRESENTANTE LEGAL DA EMPRESA IDENTIFICAÇÃO DO CARGO/FUNÇÃO DO FIRMATÁRIO

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

ANEXO IV

CARTA DE CREDENCIAMENTO

(modelo sugerido)

Ref.: Concorrência Pública nº ____/2025

Prezada Comissão de Contratações,

Pelo presente, designamos o Sr(a). _____, portador(a) da cédula de identidade R.G. nº _____, e CPF nº _____, para representar esta empresa _____ (razão social), CNPJ nº _____, na **Concorrência nº ____/2025**, outorgando-lhe plenos poderes para prestar esclarecimentos, concordar, desistir, tomar deliberações, interpor recursos, renunciar ao direito de interpor recurso, renunciar ao recurso, negociar novas condições, assinar termos de compromisso, transigir, firmar recibos, assinar atas e outros documentos, acompanhar todo o processo licitatório até o seu final, tomar ciência das deliberações da Comissão de Contratação, podendo para tanto, praticar todos os atos necessários à plena participação desta empresa na presente licitação e tudo o mais que se faça necessário para o bom e fiel cumprimento deste mandato.

(cidade), ____/____/2025.

**Assinatura do Responsável pela Empresa com firma reconhecida
ou firmada eletronicamente**

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

ANEXO V
MODELO DE DECLARAÇÃO
(timbre ou identificação do licitante)

A empresa _____, inscrita no CNPJ nº _____, localizada na _____, por seu representante legal, portador da cédula de Identidade RG. N.declara, para os devidos fins, que tem pleno conhecimento das regras contidas no edital de licitação e que possui as condições de habilitação previstas no edital, bem como:

1. INEXISTÊNCIA DE FATO IMPEDITIVO

Que não se enquadra em nenhuma das vedações contidas no artigo 14 da lei n. 14.133/21, em especial:

- 1.1. Não mantém vínculo de natureza técnica, comercial, econômica, financeira, trabalhista ou civil com dirigente do órgão ou entidade contratante ou com agente público que desempenhe função na licitação ou atue na fiscalização ou na gestão do contrato, ou que deles seja cônjuge, companheiro ou parente em linha reta, colateral ou por afinidade, até o terceiro grau.
- 1.2. Nos cinco anos anteriores à divulgação do edital, não foi condenado judicialmente, com trânsito em julgado, por exploração de trabalho infantil, por submissão de trabalhadores a condições análogas às de escravo ou por contratação de adolescentes nos casos vedados pela legislação trabalhista.

2. NÃO UTILIZAÇÃO DE MÃO DE OBRA DE MENORES

Que não utiliza a mão de obra direta ou indireta de menores de 18 (dezoito) anos para realização de trabalhos noturno, perigosos ou insalubre, bem como não utiliza, para qualquer trabalho, mão de obra direta ou indireta de menores de 16 (dezesesseis) anos, exceto na condição de aprendiz, a partir de 14 (quatorze) anos, conforme determina o artigo 7º. Inciso XXXIII da Constituição Federal.

(local e data)
Nome do representante legal

Obs. Esta declaração deverá ser impressa em papel timbrado da empresa proponente e assinada pelo representante legal.

Lorena, ____ / ____ / 2025

Representante legal da empresa

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

ANEXO VI

DECLARAÇÃO DE QUE TRATA O ART. 63, I, DA LEI 14.133/21

Condições de habilitação e inexistência de fatos supervenientes impeditivos para a habilitação

A empresa _____, inscrita no CNPJ nº _____, localizada na rua (avenida/prça) na cidade de, em atendimento ao disposto no artigo 63, I da Lei 14.133/21, DECLARA sob as penas da lei, que reúne as condições de habilitação exigida no edital de concorrência Pública n. /2025, da Câmara Municipal de Lorena, que tem por objetivo a contratação de serviços de publicidade através de agência de propaganda.

Declara ainda, sob as penas da lei, que até a presente data inexistem fatos supervenientes impeditivos para sua habilitação no presente processo licitatório, estando ciente da obrigatoriedade de declarar ocorrências posteriores.

(CIDADE) ____ / ____ / 2025.

Representante legal da empresa

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

ANEXO VII
DECLARAÇÃO DE ELABORAÇÃO INDEPENDENTE DE PROPOSTA

A empresa (razão social da licitante) com sede na rua (endereço completo da licitante), na cidade de (nome da cidade), Estado de (nome do Estado), inscrita no CNPJ sob o n., neste ato representa pelo (nome do representante legal da licitante), portador do RG e do CPF, para fins do disposto no item do edital, para a concorrência pública n., da Câmara Municipal de Lorena declara, sob as penas da lei, que:

- a) A proposta apresentada para participar dessa concorrência foi elaborada de maneira independente (pela licitante) e o conteúdo da proposta não foi, no todo ou em parte, direta ou indiretamente, informado, discutido ou recebido de qualquer outro participante potencial ou de fato dessa Concorrência, por meio ou por qualquer pessoal;
- b) A intenção de apresentar a proposta elaborada para participar dessa Concorrência não foi informada, discutida ou recebida de qualquer outro participante potencial ou de fato dessa concorrência por qualquer meio ou por qualquer pessoal;
- c) Não tentou, por qualquer meio ou por qualquer pessoa, influir na decisão de qualquer outro participante potencial ou de fato dessa concorrência quanto a participar ou não da referida licitação;
- d) O conteúdo da proposta apresentada para participar dessa concorrência não será, no todo ou em parte, direta ou indiretamente, comunicado ou discutido com qualquer outro participante potencial ou de fato dessa concorrência antes da adjudicação do objeto da referida licitação;
- e) o conteúdo da proposta apresentada para participar dessa concorrência não foi, no todo ou em parte, direta ou indiretamente, informado, discutido ou recebido de qualquer integrante da Câmara Municipal antes da abertura oficial das propostas; e
- f) está plenamente ciente do teor e da extensão desta declaração e que detém plenos poderes e informações para firmá-la.

LOCAL E DATA

Empresa

(Obs. Esta declaração deverá ser impressa em papel timbrado da empresa proponente e assinada pelo representante legal. Esta declaração deverá ser apresentada juntamente com a Proposta de Preço)

**ANEXO VIII
MINUTA DE CONTRATO**

**TERMO DE CONTRATO QUE ENTRE SI CELEBRAM A CÂMARA
MUNICIPAL DE LORENA E A EMPRESA _____**

A **CÂMARA MUNICIPAL DE LORENA**, pessoa jurídica de direito público interno, com sede à Praça Baronesa de Santa Eulália, nº02, Centro – Lorena, Estado de São Paulo, inscrita no CNPJ sob o nº51.627.438/0001-35 representada por sua Presidente, Vereadora Sra. Élide do Amaral Vieira, inscrita no CPF/MF nºXX.XXX.XXX-XX, doravante denominada de **CONTRATANTE** e, por outro lado, a empresa _____, inscrita no CNPJ sob nº _____, com sede à _____, nº _____, na cidade de _____ - Estado de _____, representada na forma de seu contrato social pelo Sr(a) _____, inscrito no CPF/MF nº _____, doravante designada "**CONTRATADA**", têm entre si justo e contratado o seguinte:

I - DO OBJETO

1. O presente contrato tem por objeto a **contratação de agência de propaganda para prestação de serviços de publicidade**, de acordo com as condições e exigências estabelecidas na **Concorrência nº ____/2025**, compreendendo:

- a) Estudo, planejamento, conceituação, concepção, criação, execução interna, intermediação e supervisão da execução externa e distribuição de publicidade aos veículos e meios de divulgação;
- b) Produção e execução técnica das peças e projetos criados;
- c) Planejamento e execução de pesquisas, avaliação e de geração de conhecimento relacionados a determinada ação publicitária;
- d) Criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando à expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias.

1.1. As pesquisas e outros instrumentos de avaliação previstos no item "c" terão a finalidade de gerar conhecimento sobre o mercado ou o ambiente de atuação da CÂMARA, o público-alvo, e os veículos de divulgação nos quais serão difundidas as campanhas ou peças, aferir a eficácia do desenvolvimento estratégico, da criação e da divulgação de mensagens e possibilitar a avaliação dos resultados das campanhas ou peças.

1.1.1 Também integram o objeto deste CONTRATO, como atividades complementares, os serviços especializados pertinentes:

- I. à produção e à execução técnica das peças e projetos criados;
- II. ao planejamento e execução de pesquisas e outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento relacionados a determinada ação publicitária;
- III. à criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando à expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias desenvolvidas.

As pesquisas e outros instrumentos de avaliação previstos no subitem 1.1.1. terão a finalidade de:

- I. gerar conhecimento sobre o mercado ou o ambiente de atuação da CÂMARA, o público-alvo e os veículos de divulgação nos quais serão difundidas as campanhas ou peças;
- II. aferir a eficácia do desenvolvimento estratégico, da criação e da divulgação de mensagens;
- III. possibilitar a avaliação dos resultados das campanhas ou peças, vedada a inclusão de matéria estranha ou sem pertinência temática com a ação publicitária.

1.1.2 Não estão abrangidas por esta contratação as atividades de promoção, patrocínio, relações públicas, assessorias de comunicação e de imprensa e aquelas que tenham por finalidade a realização de eventos festivos.

1.1.3 Não se incluem no conceito de patrocínio mencionado no subitem 1.1.2 o patrocínio de mídia – assim entendidos 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 entretenimento comercializados por veículo de divulgação. A CONTRATADA atuará apenas de acordo com solicitação da CÂMARA.

1.1.4 A **CONTRATADA** não poderá subcontratar outra agência de propaganda para a execução de serviços previstos no item 1 deste contrato.

1.1.5 A **CONTRATADA** atuará por ordem e conta do **CONTRATANTE**, na contratação de:

- a) fornecedores de serviços especializados para a produção e a execução técnica das peças, campanhas e materiais previstos na alínea “a” e para a execução dos serviços conexos e complementares previstos nas alíneas “b”, “c”, “d” e “e”, todas do item 1;
- b) veículos e outros meios de divulgação para a compra de tempo e espaço publicitários.

II - DO PRAZO DE VIGÊNCIA DO CONTRATO

2. A vigência do contrato será pelo **prazo de 12 (doze) meses**, contado a partir da data de sua assinatura, podendo ser prorrogado nos termos da Lei nº 14.133/21, com a possibilidade de prorrogação no limite decenal.

III – DO REAJUSTE, DA REMUNERAÇÃO E DAS CONDIÇÕES DE PAGAMENTO

3. O preço será reajustado anualmente, a contar da data assinatura do Contrato, pela variação do IGPM/FGV, publicada pela Fundação Getúlio Vargas.

3.1. A remuneração à **CONTRATADA** será feita consoante os preços estabelecidos em sua Proposta de Preços, a saber:

✦ Para os serviços do objeto licitado, o desconto sobre a Tabela de Custos Internos do SINAPRO-SP, na ordem de ____% (conforme proposta comercial);

✦ Sobre produção de terceiros (serviços técnicos complementares) os honorários constantes em sua proposta comercial na ordem de ____% (.... por cento) conforme proposta comercial;

✦ Sobre custos decorrentes de pesquisas e outros instrumentos de avaliação, os honorários constantes em sua proposta comercial na ordem de xxxxx% (xxxx por cento) conforme proposta comercial;

✦ Sobre custos decorrentes de criação de formas inovadoras de comunicação, os honorários constantes em sua proposta comercial na ordem xxxxxxxx% (xxxxx por cento) conforme proposta comercial;

✦ Sobre a aquisição de mídia digital, nos casos em que os veículos não remunerem a agência com o desconto de agência, na ordem de% (.... por cento).

3.2 Fica instituído, também, que na vigência contratual, a **CONTRATADA** fará jus ao desconto padrão de agência e aos honorários sobre produção de terceiros (serviços técnicos complementares), de acordo com as Normas do CENP – Conselho Executivo das Normas Padrão.

3.3 Os pagamentos serão efetuados em **parcelas mensais**, em até 10 (dez) dias do mês subsequente da emissão das Notas Fiscais/Faturas pela **CONTRATADA**, devidamente atestadas pela **Câmara de Municipal de Lorena** e acompanhadas dos seguintes documentos:

- a) CND – Certidão Negativa de Débito (ou positiva com efeitos de negativa);
- b) CRF – Certificado de Regularidade do FGTS;
- c) Autorização (orçamento assinado) da **Câmara Municipal de Lorena**

3.4 Os serviços contratados serão documentados mediante a apresentação de Notas Fiscais/Faturas da **CONTRATADA** com os valores relativos ao seu serviço, anexando ainda **as faturas dos veículos de divulgação e outros fornecedores**, e fazendo constar do corpo da Nota Fiscal da agência os serviços prestados por esses terceiros (veículos e fornecedores), com os números das notas fiscais respectivas e com os valores dos serviços realizados por estes, sendo feito o pagamento por depósito no valor global (agência + veículos/fornecedores) para a **CONTRATADA**.

3.5 A **CONTRATADA** não emitirá Nota Fiscal própria com os valores dos serviços globais, mas apenas de sua parte, de acordo com as Normas do CENP.

3.5.1. Os demais fornecedores emitirão Notas Fiscais com seus valores, e as mesmas serão apresentadas conjuntamente pela **CONTRATADA** para a efetuação do pagamento, que repassará, obrigatoriamente, a parte devida aos fornecedores, sendo que nas Notas Fiscais deverão constar o número do contrato.

3.6 Os pagamentos serão efetuados mediante crédito em conta corrente, no Banco _____, Agência _____, Conta Corrente _____.

3.7 Caso venha a ocorrer necessidade de providências complementares por parte da **CONTRATADA**, a fluência do prazo será interrompida, reiniciando-se sua contagem a partir da data do respectivo cumprimento.

3.8 Todo o serviço a ser prestado pela **CONTRATADA** será precedido da competente assinatura do orçamento ou pedido de inserção, solicitado pela **CÂMARA**.

IV - DESCONTO DE AGÊNCIA

4. Além da remuneração prevista na Cláusula III, a **CONTRATADA** fará jus ao desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, em conformidade com o art. 11 da Lei n. 4.680/65 e do Decreto n. 57.690/66.

4.1 O desconto de que trata o subitem precedente será concedido à CONTRATADA pela concepção, execução e ou distribuição de publicidade, por ordem e conta da CÂMARA, nos termos do art. 19 da Lei n. 12.232/2010.

4.2 A CONTRATADA repassará à CÂMARA o valor correspondente a% (.....por cento) do valor da mídia efetivamente contratada sobre o valor acertado para cada veiculação, correspondente ao repasse parcial dos honorários de veiculação, pagos pelos Veículos de Comunicação à agência de publicidade, conforme Anexo "B" das Normas Padrão da Atividade Publicitária, A concessão do repasse de parte do desconto será concedida se atendidas as disposições do Anexo B das Normas-Padrão, indicadas no subitem 12.1.

4.3. Repasse parcial do chamado desconto de agência é calculado conforme o Anexo B das Normas Padrão, ou seja, se a verba da publicidade for de até R\$2.500.000,00, nenhum repasse é concedido; se a verba estiver entre R\$2.500.001,00 a R\$7.500.000,00, o repasse é de 2% sobre o valor da mídia, ficando a agência com os restantes 18%; se a verba estiver entre R\$7.500.000,01 a R\$25.000.000,00, o repasse será de 3% sobre o valor da mídia, ficando a agência com os restantes 17% e se a verba for superior a R\$25.000.000,00 (vinte e cinco milhões), o repasse será de R\$5% (cinco por cento) ficando a agência com 15%.

V. DA LIQUIDAÇÃO E PAGAMENTO DE DESPESAS

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

5.1. A correspondente nota fiscal, que será emitida sem rasura, em letra legível, em nome da CÂMARA MUNICIPAL DE LORENA, CNPJ. N....., contendo o número deste CONTRATO e os seguintes dados da CONTRATADA: Banco (nome e número) - Agência (nome e número) - Conta Corrente (número)

5.2. Quaisquer alterações nos dados bancários deverão ser comunicadas tempestiva e formalmente à CÂMARA, ficando a CONTRATADA responsável pelos prejuízos decorrentes da falta ou intempestividade da informação.

5.3. O CNPJ que deverá constar nas notas fiscais e na conta corrente utilizada para pagamento à CONTRATADA deverá ser o CNPJ da CONTRATADA constante do preâmbulo deste CONTRATO.

5.4. Quando referente ao pagamento de fornecedores e veículos, a nota fiscal também deverá conter o número do documento que autorizou a veiculação ou produção dos serviços e o nome empresarial do fornecedor com seu respectivo CNPJ.

5.4.1. a primeira via do documento fiscal do fornecedor de serviços especializado ou do veículo: o CNPJ que deverá constar nas notas fiscais dos fornecedores de serviço especializado deverá ser o mesmo da cotação de preços que norteou a contratação.

5.4.2. os documentos comprobatórios da execução dos serviços especializados e, quando for o caso, do comprovante de sua entrega;

5.4.3. os documentos comprobatórios da demonstração do valor devido ao veículo, da sua respectiva tabela de preços, da descrição dos descontos negociados, dos correspondentes pedidos de inserção e da efetiva veiculação, sendo este último providenciado sem ônus para a CÂMARA.

5.4.4. Na ocorrência de falha em uma programação em mídia eletrônica, além das providências previstas no inciso IV a CONTRATADA deverá apresentar documento do veículo com a descrição da falha e do respectivo valor a ser abatido na liquidação.

5.5. O comprovante de veiculação a que se refere o subitem é constituído por:

I. revista e anuário: exemplar original;

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

III. demais meios: relatório de checagem de veiculação emitido por empresa independente ou por um dos seguintes documentos:

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

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

5.6.1. Mídia Exterior:

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

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

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

5.6.1.4. Internet: relatório de gerenciamento fornecido pela empresa que veiculou as peças, preferencialmente acompanhado do print da tela.

5.6.1.5. As formas de comprovação de veiculação em mídia não previstas nas alíneas “I”, “II”, e “III” do subitem 5.5., serão estabelecidas formalmente pela CÂMARA, antes da aprovação do respectivo Plano de Mídia.

5.7. Compete ao Gestor do contrato, a conferência dos preços de tabela de cada inserção e os descontos negociados, de que trata o artigo 15 da Lei n. 12.232/2010, por ocasião da apresentação dos respectivos Planos de Mídia pela CONTRATADA à CÂMARA.

5.8. Os documentos de cobrança e comprovação da execução e entrega dos serviços para a liquidação e pagamento de despesas deverão ser encaminhados pela CONTRATADA à Chefe do Dep. de Comunicação Social da Câmara de Lorena.

5.8.1. Caso se constate erro ou irregularidade na documentação de cobrança e comprovação da execução e entrega dos serviços, a CÂMARA a seu juízo, poderá devolvê-la para as devidas correções, ou aceitá-la, com a glosa da parte que considerar indevida.

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

5.8.1.2. A CÂMARA não pagará nenhum acréscimo pelo adiamento do pagamento em razão de pendência no cumprimento de quaisquer cláusulas constantes deste CONTRATO.

5.9. Antes da efetivação dos pagamentos, será verificada a comprovação de regularidade da CONTRATADA referente à:

- I.** Certificado de Regularidade de Situação do Fundo de Garantia do Tempo de Serviços – FGTS;
- II.** Certidão Negativa de Débito junto à Previdência Social – CND;
- III.** Certidão Conjunta de Regularidade com a Fazenda Federal (Quitação de Tributos e Contribuições Federais e Dívida Ativa da União da Fazenda Federal);
- IV.** Certidões negativas de tributos estaduais e municipais emitidas pelos respectivos órgãos;
- V.** Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas – CNDT.

5.9.1. A CONTRATADA apresentará à CÂMARA os documentos comprobatórios de manutenção de suas condições de habilitação, sempre que próximos aos seus respectivos vencimentos.

5.9.2. A não apresentação ou a irregularidade dos documentos listados no subitem 5 não acarretará retenção do pagamento. Entretanto, a CONTRATADA será comunicada quanto à apresentação de tais documentos em até 30 (trinta) dias, com a aplicação das penas cabíveis em caso de não atendimento.

5.10. A CÂMARA efetuará o pagamento conforme calendário abaixo:

5.10.2. O atesto somente será realizado mediante a comprovação do cumprimento pela CONTRATADA de todas as condições pactuadas e ocorrerá em cinco dias úteis após a entrega da documentação pertinente.

5.10.2.1 Para efeito de contagem do prazo de atesto, a documentação recebida após as 14h00 será considerada entregue no dia útil subsequente.

5.10.2.2. Havendo atraso no pagamento pela CÂMARA, o valor devido será corrigido financeiramente, desde o dia de seu vencimento até a data de seu efetivo pagamento, com base na variação *pro rata tempore* do IGPM (FGV).

5.11. A CÂMARA não acata cobrança por meio de duplicatas ou qualquer outro título em bancos ou outras instituições do gênero.

5.12. A CÂMARA não é obrigada a pagar nenhum compromisso, assumido pela CONTRATADA, que lhe venha a ser cobrado diretamente por terceiros.

5.13. Correrão por conta da CONTRATADA o ônus do prazo de compensação e todas as despesas bancárias decorrentes da transferência de crédito, assim como os eventuais encargos financeiros, processuais e outros, decorrentes de sua inobservância quanto aos prazos de pagamento.

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

VI - DAS CONDIÇÕES PARA PRESTAÇÃO DOS SERVIÇOS

6. Todo serviço a ser prestado pela **CONTRATADA** deverá ser precedido da competente apropriação de custos, a qual, aprovada pela **Câmara Municipal de Lorena**, por meio de autorização de serviços, gerará a expectativa da **CONTRATADA** a receber respectivos valores.

6.1. A apropriação de custos deverá estar dentro dos parâmetros estabelecidos na Proposta Técnica da **CONTRATADA**, demonstrados, ainda que em anexo, os preços da média de mercado.

6.2. O valor anual será dividido em vários serviços publicitários, que correrão durante a vigência do contrato, de acordo com a necessidade e a conveniência do **CONTRATANTE**.

6.3. Não caberá qualquer tipo de pagamento à **CONTRATADA**, caso não tenha havido a solicitação de serviço pelo **CONTRATANTE**.

VII - DAS RESPONSABILIDADES E OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA

7. Todas as responsabilidades e obrigações das partes Contratantes deverão ser observadas conforme Termo de Referência do Edital.

VIII – DOS DIREITOS AUTORAIS

8. A CONTRATADA cede à CÂMARA os direitos autorais patrimoniais de uso das idéias (incluídos estudos, análises e planos), peças, campanhas e demais materiais de publicidade, de sua propriedade exclusiva, de seus empregados ou prepostos, concebidos, criados ou produzidos em decorrência deste CONTRATO.

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

8.2. O valor dessa cessão está integralmente incluído nas modalidades de remuneração definidas nas cláusulas sétima e oitava.

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

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

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

8.6. A CÂMARA será a única proprietária das peças e demais materiais físicos e/ou digitais oriundos do cumprimento deste CONTRATO, sejam estes passíveis ou não de proteção do Direito de Propriedade Intelectual.

8.7. É garantida à CÂMARA a apropriação dos direitos patrimoniais e conexos originalmente de titularidade da CONTRATADA e dos funcionários desta, sobre os resultados da execução deste CONTRATO, ressalvados os direitos autorais e conexos de terceiros.

IX- DAS OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA

9. Cumprir, no que couber para esta execução contratual, a Lei nº 13.709, de 14 de agosto de 2018, Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD) com o objetivo de proteger os direitos fundamentais de liberdade e de privacidade e o livre desenvolvimento da personalidade da pessoa natural, em especial tomar todas as medidas cautelares para que não haja quaisquer infrações à referida Lei, sendo certo que, caso ocorra, responsabilizar-se pelo eventual dano ocorrido.

9.1. As partes deverão cumprir a Lei nº 13.709, de 14 de agosto de 2018 (LGPD), quanto a todos os dados pessoais a que tenham acesso em razão do certame ou do contrato administrativo que eventualmente venha a ser firmado, a partir da apresentação da proposta no procedimento de contratação, independentemente de declaração ou de aceitação expressa.

9.2. Os dados obtidos somente poderão ser utilizados para as finalidades que justificaram seu acesso e de acordo com a boa-fé e com os princípios do art. 6º da LGPD.

9.3. É vedado o compartilhamento com terceiros dos dados obtidos fora das hipóteses permitidas em Lei.

9.4. Terminado o tratamento dos dados nos termos do art. 15 da LGPD, é dever do contratado eliminá-los, com exceção das hipóteses do art. 16 da LGPD, incluindo aquelas em que houver necessidade de guarda de documentação para fins de comprovação do cumprimento de obrigações legais ou contratuais e somente enquanto não prescritas essas obrigações.

9.5. É dever do contratado orientar e treinar seus empregados sobre os deveres, requisitos e responsabilidades decorrentes da LGPD.

9.6. O Contratado deverá exigir de suboperadores e subcontratados o cumprimento dos deveres da presente cláusula, permanecendo integralmente responsável por garantir sua observância.

9.7. A Administração deverá ser informada no prazo de 05 (cinco) dias úteis sobre todos os contratos de suboperação firmados ou que venham a ser celebrados pelo Contratado.

9.8. O Contratante poderá realizar diligência para aferir o cumprimento dessa cláusula, devendo o Contratado atender prontamente eventuais pedidos de comprovação formulados.

9.9. O Contratado deverá prestar, no prazo fixado pelo Contratante, prorrogável justificadamente, quaisquer informações acerca dos dados pessoais para cumprimento da LGPD, inclusive quanto a eventual descarte realizado.

9.10. Bancos de dados formados a partir de contratos administrativos, notadamente aqueles que se proponham a armazenar dados pessoais, devem ser mantidos em ambiente virtual controlado, com registro individual rastreável de tratamentos realizados (LGPD, art. 37), com cada acesso, data, horário e registro da finalidade, para efeito de responsabilização, em caso de eventuais omissões, desvios ou abusos.

9.10.1. Os referidos bancos de dados devem ser desenvolvidos em formato interoperável, a fim de garantir a reutilização desses dados pela Administração nas hipóteses previstas na LGPD.

9.11. O termo está sujeito a ser alterado nos procedimentos pertinentes ao tratamento de dados pessoais, quando indicado pela autoridade competente, em especial a ANPD (Autoridade Nacional de Proteção de Dados) por meio de opiniões técnicas ou recomendações, editadas na forma da LGPD.

9.12. Os contratos e convênios de que trata o § 1º do art. 26 da LGPD deverão ser comunicados à autoridade nacional.

X - DO ATRASO DO PAGAMENTO PELO CONTRATANTE

10. Havendo atraso nos pagamentos, não decorrente de falhas no cumprimento das obrigações contratuais principais ou acessórias por parte da Contratada, incidirá correção monetária sobre o valor devido na forma da legislação aplicável, bem como juros moratórios, a razão de 0,5% (meio por cento) ao mês, calculados “pro-rata tempore”, em relação ao atraso verificado.

10.1. A contratada compromete-se a encaminhar a Nota Fiscal/Fatura e demais documentos necessários para o email: gestordecontratos@camaralorena.sp.gov.br, ou entregá-la impressa aos cuidados do gestor de contratos da Câmara, para que sejam realizados os procedimentos internos de verificação, conferência e acompanhamento contratual pelo Setor, e posterior envio para pagamento no Departamento Financeiro e Contábil.

XI - DA FISCALIZAÇÃO

11. A Câmara Municipal de Lorena, através de servidor Matrícula nº, exercerá a mais ampla fiscalização da execução contratual.

11.1. A fiscalização por parte dessa Câmara não eximirá ou reduzirá, em nenhuma hipótese, a responsabilidade da **CONTRATADA** em eventual falta que venha a cometer, mesmo que não indicada pela fiscalização do **CONTRATANTE**.

XII - VALOR CONTRATO, DA GARANTIA E DOS RECURSOS

12. O valor total deste contrato é de R\$..... (..... reais).

12.1. A Contratada exhibe neste ato, o recibo expedido pela Tesouraria da Contratante sob o nº _____, datado de _____, comprovando o depósito de R\$ _____ (_____) para garantia de execução do contrato e de seus eventuais acréscimos.

12.2. A quantia acima será devolvida mediante requerimento da CONTRATADA, após a entrega total do objeto, descontadas as multas não pagas e o valor dos prejuízos causados, em razão do descumprimento das obrigações contratuais, ou por qualquer outro motivo pertinente a avença e sua execução, quando for o caso.

12.3. Se a garantia ficar desfalcada, a **CONTRATADA** deverá integralizá-la no prazo máximo de 10(dez) dias, contados do recebimento da respectiva intimação por escrito, expedida pela **CONTRATANTE**.

12.4. A CONTRATADA perderá a garantia em favor da CONTRATANTE, caso o contrato seja rescindido por culpa ou dolo imputável à primeira.

12.5. As despesas decorrentes da presente contratação correrão à conta de recursos específicos consignados no Orçamento da Câmara Municipal de Lorena deste exercício, na dotação abaixo discriminada: **NOTA DE EMPENHO Nº ____/____**, datada de ____/____/____, no valor de R\$ _____ (_____), por conta da dotação orçamentária 01 - LEGISLATIVA; 031 – AÇÃO LEGISLATIVA; 0001 - PROCESSO LEGISLATIVO; 2001 – MANUTENÇÃO DA CÂMARA MUNICIPAL; 01 - TESOURO; 3.3.90.39.88 – SERVIÇOS DE PROPAGANDA.

12.6. A **CONTRATADA** obriga-se a aceitar, nas mesmas condições contratuais, acréscimos ou supressões no objeto contratado de até 25% (vinte e cinco por cento) do valor inicial atualizado do contrato.

XIII - DAS MULTAS

13. O atraso injustificado na execução do contrato de serviço, ou na entrega de produtos, sujeitará a **CONTRATADA**, garantida a prévia defesa, às seguintes penalidades:

13.1. advertência, quando a **CONTRATADA** descumprir qualquer obrigação contratual, ou quando forem constatadas irregularidades de pouca gravidade, para as quais tenha concorrido diretamente;

13.2. multa de até 0,5% do valor da fatura por dia de atraso, até o limite de 10 (dez) dias;

13.3. multa de até 10% sobre o valor remanescente do contrato ou instrumento equivalente, para atraso superior a 10 dias, caracterizando-se inexecução parcial;

13.4. multa de até 20% do valor do contrato, para casos de inexecução total;

13.5. suspensão temporária de participação em licitação, e impedimento de contratar com o **CONTRATANTE**, pelo prazo de até 2 (dois) anos, nos casos de reincidência em inadimplementos apenados por 2 (duas) vezes no mesmo instrumento contratual ou ato jurídico análogo, bem como as faltas graves que impliquem a rescisão unilateral do contrato ou instrumento equivalente;

13.6. declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com a Administração Pública, na prática de atos de natureza dolosa pela **CONTRATADA**, das quais decorram prejuízos ao interesse público de difícil reversão.

13.7. As sanções de advertência, suspensão e declaração de inidoneidade poderão ser aplicadas juntamente com a sanção de multa.

13.8. Não serão aplicadas as sanções quando o motivo da mora ou inexecução decorrer de força maior ou caso fortuito, desde que devidamente justificados, comprovados e aceitos pelo **CONTRATANTE**.

13.9. Consideram-se motivos de força maior ou caso fortuito: atos de inimigo público, guerra, revolução, bloqueios, epidemias, fenômenos meteorológicos de vulto, perturbações civis, ou acontecimentos assemelhados que fujam ao controle razoável de qualquer das partes contratantes.

13.10. O pedido de prorrogação de prazo final dos serviços ou entrega de produto somente será apreciado e anuído pela Câmara Municipal requisitante, se efetuado dentro dos prazos fixados no contrato ou instrumento equivalente.

13.11. O valor da multa poderá ser deduzido de eventuais créditos devidos pelo **CONTRATANTE** e/ou da garantia prestada pela **CONTRATADA**, quando por esta solicitado.

13.12. O prazo para pagamento de multas será de 10 (dez) dias úteis, a contar da intimação da **CONTRATADA**.

13.13. O pagamento das multas ou a dedução dos créditos não exime a **CONTRATADA** do fiel cumprimento das obrigações e responsabilidades contraídas neste instrumento.

XIV - DA RESCISÃO

14. A **CONTRATANTE** poderá rescindir unilateralmente o presente instrumento contratual, nos termos dos artigos 104, II e 137 da Lei 14.133/21.

14.1. A rescisão do contrato, na forma da cláusula anterior, acarretará as consequências previstas no artigo 138 da Lei 14.133/21.

XV - DA INCLUSÃO DE PESSOAS COM DEFICIÊNCIA E/OU REABILITADAS

15. Em conformidade com o disposto na Lei nº 13.146/2015 (Estatuto da Pessoa com Deficiência), especialmente em seus arts. 34 e 35, e demais legislações pertinentes, a **CONTRATADA** se compromete a alocar, no âmbito da execução contratual, pessoas com deficiência (PCDs) e/ou reabilitadas pela Previdência Social, observando, quando aplicável, o percentual mínimo exigido por lei para reserva de cargos, bem como a adequação das condições de acessibilidade e de trabalho às suas necessidades específicas.

15.1. A **CONTRATADA** deverá apresentar, quando solicitado pela Administração, comprovação da contratação e do efetivo exercício dessas pessoas nos postos de trabalho alocados à execução do presente contrato.

15.2. A CONTRATADA deverá assegurar condições de acessibilidade, segurança e igualdade de oportunidades, nos termos do art. 34 da Lei nº 13.146/2015, adotando as providências necessárias para a adaptação razoável do ambiente de trabalho, garantindo o pleno desempenho das atividades atribuídas aos empregados com deficiência ou reabilitados.

15.3. O descumprimento do disposto nesta cláusula poderá ensejar a aplicação de sanções administrativas previstas neste contrato, sem prejuízo das demais medidas legais cabíveis.

XVI - DAS DISPOSIÇÕES FINAIS

16. O presente contrato é regido pelas normas da Lei Federal nº 14.133, de 1º. De abril de 2021, e eventuais alterações; pela Lei Federal nº 12.232/2010; pela Lei 4.680/65, pelo Decreto Federal nº 57.690/1966; pelo Decreto Federal nº 4.563/2002.

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

16.2. Ficam fazendo parte integrante deste contrato o Edital, seus Anexos e a Proposta de Preços da **CONTRATADA**, aos quais as partes estão vinculadas.

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

As partes contratantes elegem o Foro da Comarca de Lorena/SP, com renúncia de qualquer outro, por mais privilegiado que seja, para dirimir as questões oriundas da execução da presente avença.

E, por estarem de acordo com as Cláusulas acima, assinam o presente em 2 (duas) vias, de igual teor, na presença de 2 (duas) testemunhas, para que produza seus legais efeitos.

Lorena/SP, ____ de _____ de _____.

Dra. ÉLIDA DO AMARAL VIEIRA
CONTRATANTE

EMPRESA
CONTRATADA

Testemunhas:

1) _____

Nome, assinatura e documento de identidade

2) _____

Nome, assinatura e documento de identidade

ANEXO IX

DECLARAÇÃO DE ATUAÇÃO CONFORME AO MARCO LEGAL ANTICORRUPÇÃO

CÂMARA MUNICIPAL DE LORENA
CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº ____/2025

Eu, _____, portador do RG nº _____ e do CPF nº _____, representante legal da empresa _____, interessado em participar da Concorrência Pública nº ____/____, DECLARO, sob as penas da Lei, especialmente o artigo 299 do Código Penal Brasileiro, que a pessoa jurídica que represento conduz seus negócios de forma a coibir fraudes, corrupção e a prática de quaisquer outros atos lesivos à Administração Pública, nacional ou estrangeira, em atendimento à Lei Federal nº 12.846/2013, tais como: I – prometer, oferecer ou dar, direta ou indiretamente, vantagem indevida a agente público, ou a terceira pessoa a ele relacionada; II – comprovadamente, financiar, custear, patrocinar ou de qualquer modo subvencionar a prática dos atos ilícitos previstos em Lei; III – comprovadamente, utilizar-se de interposta pessoa física ou jurídica para ocultar ou dissimular seus reais interesses ou a identidade dos beneficiários dos atos praticados; IV – no tocante a licitações e contratos: a) frustrar ou fraudar, mediante ajuste, combinação ou qualquer outro expediente, o caráter competitivo de procedimento licitatório público; b) impedir, perturbar ou fraudar a realização de qualquer ato de procedimento licitatório público; c) afastar ou procurar afastar licitante, por meio de fraude ou oferecimento de vantagem de qualquer tipo; d) fraudar licitação pública ou contrato dela decorrente; e) criar, de modo fraudulento ou irregular, pessoa jurídica para participar de licitação pública ou celebrar contrato administrativo; f) obter vantagem ou benefício indevido, de modo fraudulento, de modificações ou prorrogações de contratos celebrados com a administração pública, sem autorização em lei, no ato convocatório da licitação pública ou nos respectivos instrumentos contratuais; ou g) manipular ou fraudar o equilíbrio econômico-financeiro dos contratos celebrados com a administração pública; V – dificultar atividade de investigação ou fiscalização de órgãos, entidades ou agentes públicos, ou intervir em sua atuação, inclusive no âmbito das agências reguladoras e dos órgãos de fiscalização do sistema financeiro nacional.

Por fim DECLARA pela veracidade das informações prestadas, na forma da lei.

(Cidade), _____, de _____ de _____.

Nome e assinatura do representante legal
(Carimbo da empresa)

ANEXO X
TERMO DE CIÊNCIA E NOTIFICAÇÃO
redação dada pela Resolução nº11/2021

CONTRATANTE: **CÂMARA MUNICIPAL DE LORENA/SP**

CONTRATADA:

CONTRATO Nº (DE ORIGEM):

OBJETO:

Pelo presente TERMO, nós, abaixo identificados:

1. Estamos CIENTES de que:

- a) o ajuste acima referido, seus aditamentos, bem como o acompanhamento de sua execução contratual, estarão sujeitos a análise e julgamento pelo Tribunal de Contas do Estado de São Paulo, cujo trâmite processual ocorrerá pelo sistema eletrônico;
- b) poderemos ter acesso ao processo, tendo vista e extraindo cópias das manifestações de interesse, Despachos e Decisões, mediante regular cadastramento no Sistema de Processo Eletrônico, em consonância com o estabelecido na Resolução nº 01/2011 do TCESP;
- c) além de disponíveis no processo eletrônico, todos os Despachos e Decisões que vierem a ser tomados, relativamente ao aludido processo, serão publicados no Diário Oficial do Estado, Caderno do Poder Legislativo, parte do Tribunal de Contas do Estado de São Paulo, em conformidade com o artigo 90 da Lei Complementar nº 709, de 14 de janeiro de 1993, iniciando-se, a partir de então, a contagem dos prazos processuais, conforme regras do Código de Processo Civil;
- d) as informações pessoais dos responsáveis pela contratante estão cadastradas no módulo eletrônico do “Cadastro Corporativo TCESP – CadTCESP”, nos termos previstos no Artigo 2º das Instruções nº01/2020, conforme “Declaração(ões) de Atualização Cadastral” anexa (s);
- e) é de exclusiva responsabilidade do contratado manter seus dados sempre atualizados.

2. Damo-nos por NOTIFICADOS para:

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

Lorena/SP, ____/____/____.

AUTORIDADE MÁXIMA DO ÓRGÃO/ENTIDADE

Nome: ÉLIDA DO AMARAL VIEIRA

Cargo: PRESIDENTE DA CÂMARA MUNICIPAL DE LORENA/SP

CPF: XX.XXX.XXX-XX

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

Nome: ÉLIDA DO AMARAL VIEIRA

Cargo: PRESIDENTE DA CÂMARA MUNICIPAL DE LORENA/SP

CPF: XX.XXX.XXX-XX

Assinatura: _____

RESPONSÁVEIS QUE ASSINARAM O AJUSTE:

Pelo contratante:

Nome: ÉLIDA DO AMARAL VIEIRA

Cargo: PRESIDENTE DA CÂMARA MUNICIPAL DE LORENA/SP

CPF: XX.XXX.XXX-XX

Assinatura: _____

Pela contratada:

Nome: _____

Cargo: _____

CPF: _____

Assinatura: _____

ORDENADOR DE DESPESAS DA CONTRATANTE:

Nome: ÉLIDA DO AMARAL VIEIRA

Cargo: PRESIDENTE DA CÂMARA MUNICIPAL DE LORENA/SP

CPF: XX.XXX.XXX-XX

Assinatura: _____

GESTOR(ES) DO CONTRATO:

Nome: _____

Cargo: _____

CPF: _____

Assinatura: _____

DEMAIS RESPONSÁVEIS (*):

Tipo de ato sob sua responsabilidade: _____

Nome: _____

Cargo: _____

CPF: _____

Assinatura: _____

(*) - O Termo de Ciência e Notificação e/ou Cadastro do(s) Responsável(is) deve identificar as pessoas físicas que tenham concorrido para a prática do ato jurídico, na condição de ordenador da despesa; de partes contratantes; de responsáveis por ações de acompanhamento, monitoramento e avaliação; de responsáveis por processos licitatórios; de responsáveis por prestações de contas; de responsáveis com atribuições previstas em atos legais ou administrativos e de interessados relacionados a processos de competência deste Tribunal. Na hipótese de prestações de contas, caso o signatário do parecer conclusivo seja distinto daqueles já arrolados como subscritores do Termo de Ciência e Notificação, será ele objeto de notificação específica. ***(inciso acrescido pela Resolução nº 11/2021).***

ANEXO XI
DECLARAÇÃO DE DOCUMENTOS À DISPOSIÇÃO DO TCE-SP
redação dada pela Resolução nº11/2021

CONTRATANTE: CÂMARA MUNICIPAL DE LORENA

CNPJ Nº: 51.627.438/0001-35

CONTRATADA:

CNPJ Nº:

CONTRATO Nº (DE ORIGEM):

DATA DA ASSINATURA:

VIGÊNCIA:

OBJETO:

VALOR (R\$):

Declaro(amos), na qualidade de responsável(is) pela entidade supra epigrafada, sob as penas da Lei, que os demais documentos originais, atinentes à correspondente licitação, encontram-se no respectivo processo administrativo arquivado na origem à disposição do Tribunal de Contas do Estado de São Paulo, e serão remetidos quando requisitados.

Em se tratando de obras/serviços de engenharia:

Declaro(amos), na qualidade de responsável(is) pela entidade supra epigrafada, sob as penas da Lei, que os demais documentos originais, atinentes à correspondente licitação, em especial, os a seguir relacionados, encontram-se no respectivo processo administrativo arquivado na origem à disposição do Tribunal de Contas do Estado de São Paulo, e serão remetidos quando requisitados:

- a) memorial descritivo dos trabalhos e respectivo cronograma físico-financeiro;*
- b) orçamento detalhado em planilhas que expressem a composição de todos os seus custos unitários;*
- c) previsão de recursos orçamentários que assegurem o pagamento das obrigações decorrentes de obras ou serviços a serem executados no exercício financeiro em curso, de acordo com o respectivo cronograma;*
- d) comprovação no Plano Plurianual de que o produto das obras ou serviços foi contemplado em suas metas;*
- e) as plantas e projetos de engenharia e arquitetura.*

LOCAL e DATA:

RESPONSÁVEL:

(nome, cargo, e-mail e assinatura)