



CÂMARA MUNICIPAL DE SANTOS

SECRETARIA DE PLANEJAMENTO E FINANÇAS

CONCORRÊNCIA Nº 01/2024 - PROCESSO Nº 1443/2022

EDITAL RETIFICADO

CONCORRÊNCIA Nº 01/2024 PROCESSO Nº 1443/2022

OBJETO: Contratação de agência especializada para prestação de serviços de publicidade para a Câmara Municipal de Santos, conforme especificações técnicas e condições estabelecidas neste Edital e seus Anexos.

CRITÉRIO DE JULGAMENTO: Técnica e preço.

REGIME DE EXECUÇÃO: Empreitada por preço unitário.

MODO DE DISPUTA: Fechado.

VALOR MÁXIMO ESTIMADO PELA ADMINISTRAÇÃO: R\$1.500.000,00 (um milhão e quinhentos mil reais).

ESCLARECIMENTOS / IMPUGNAÇÕES ATÉ: 29/05/2025

FORMALIZAÇÃO DE CONSULTAS: Item 6 do edital.

LOCAL: Câmara Municipal de Santos, situada na Praça Tenente Mauro Batista de Miranda, nº 01, Vila Nova, na cidade de Santos, Estado de São Paulo, CEP 11.013-360.

REFERÊNCIA DE TEMPO: Para todas as referências de tempo será observado o horário de Brasília (DF).

FUNDAMENTO LEGAL: Lei nº 12.232/2010, Lei nº 14.133/2021, Lei Complementar nº 123/2006, no que couber, Lei nº 9.504/1997, Lei nº 4.680/1965, Ato da Mesa nº 17/2023 (<http://leismunicipa.is/0tt0f>) e demais legislações correlatas.

RETIRADA DO EDITAL: O Edital está disponível em <https://www.camarasantos.sp.gov.br/concorrencia>.

IMPORTANTE: Serão observadas as seguintes datas e horários para os procedimentos:

RECEBIMENTOS DOS ENVELOPES	CRENCIAMENTO DE REPRESENTANTES	ABERTURA DA PRIMEIRA SESSÃO
Das 9h30 do dia 07/04/2025 até às 09h30 do dia 03/06/2025	Das 9h30 às 10h do dia 03/06/2025	Às 11h do dia 03/06/2025



CÂMARA MUNICIPAL DE SANTOS

SECRETARIA DE PLANEJAMENTO E FINANÇAS

CONCORRÊNCIA Nº 01/2024 - PROCESSO Nº 1443/2022

ÍNDICE

1. DAS DISPOSIÇÕES PRELIMINARES
2. DO OBJETO
3. DA DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA
4. DA PARTICIPAÇÃO
5. DO CREDENCIAMENTO
6. DA FORMALIZAÇÃO DE CONSULTAS, IMPUGNAÇÕES E ESCLARECIMENTOS AO ATO CONVOCATÓRIO
7. DO RECEBIMENTO DAS PROPOSTAS
8. DA ENTREGA DA PROPOSTA TÉCNICA (INVÓLUCROS Nº 1, 2 E 3)
9. DO CONTEÚDO DA PROPOSTA TÉCNICA
10. APRESENTAÇÃO E ELABORAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA
11. DA ENTREGA DA PROPOSTA DE PREÇO
12. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS
13. DA PONTUAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA
14. DA PONTUAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇO
15. DO JULGAMENTO FINAL DAS PROPOSTAS TÉCNICAS E DE PREÇO
16. DA ENTREGA E FORMA DE APRESENTAÇÃO DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO
17. ANÁLISE DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO
18. DO PROCESSAMENTO E JULGAMENTO DO PROCEDIMENTO LICITATÓRIO
19. COMISSÃO DE CONTRATAÇÃO E SUBCOMISSÃO TÉCNICA
20. DOS RECURSOS
21. ADJUDICAÇÃO E HOMOLOGAÇÃO
22. DA FORMALIZAÇÃO DO CONTRATO
23. CONDIÇÕES CONTRATUAIS
24. DAS CONDIÇÕES DE EXECUÇÃO DO OBJETO
25. DAS CONDIÇÕES DE PAGAMENTO
26. DAS INFRAÇÕES ADMINISTRATIVAS E SANÇÕES
27. DAS INFORMAÇÕES
28. DISPOSIÇÕES FINAIS



CÂMARA MUNICIPAL DE SANTOS

SECRETARIA DE PLANEJAMENTO E FINANÇAS

CONCORRÊNCIA Nº 01/2024 - PROCESSO Nº 1443/2022

ANEXOS AO EDITAL

ANEXO I - TERMO DE REFERÊNCIA

APÊNDICE DO TERMO DE REFERÊNCIA: ESTUDO TÉCNICO PRELIMINAR

ANEXO I DO ESTUDO TÉCNICO PRELIMINAR: PROPOSTAS E CRITÉRIOS DE JULGAMENTO

ANEXO II DO ESTUDO TÉCNICO PRELIMINAR: BRIEFING

ANEXO II - PROPOSTA DE PREÇO

ANEXO III - MODELO DE DECLARAÇÃO DE REGULARIDADE PARA PARTICIPAR DE LICITAÇÕES

ANEXO IV - MODELO DE DECLARAÇÃO DE INEXISTÊNCIA DE EMPREGADO MENOR NO QUADRO DA EMPRESA, BEM COMO DE QUE A EMPRESA NÃO POSSUI EMPREGADOS EXECUTANDO TRABALHO DEGRADANTE OU FORÇADO

ANEXO V - MODELO DE DECLARAÇÃO DE MICROEMPRESA OU EMPRESA DE PEQUENO PORTE

ANEXO VI - MODELO DE TERMO DE CREDENCIAMENTO

ANEXO VII - MODELO DE DECLARAÇÃO DE CONFORMIDADE DA PROPOSTA

ANEXO VIII - MODELO DE DECLARAÇÃO DE CUMPRIMENTO DAS EXIGÊNCIAS LEGAIS DE RESERVA DE CARGOS PARA PESSOA COM DEFICIÊNCIA E REABILITADOS DA PREVIDÊNCIA SOCIAL

ANEXO IX - MINUTA DE CONTRATO

TABELA REFERENCIAL DE PREÇOS DO SINDICATO DAS AGÊNCIAS DE PROPAGANDA DO ESTADO DE SÃO PAULO – SINAPRO/SP



CÂMARA MUNICIPAL DE SANTOS

SECRETARIA DE PLANEJAMENTO E FINANÇAS

CONCORRÊNCIA Nº 01/2024 - PROCESSO Nº 1443/2022

CONCORRÊNCIA Nº 01/2024

PROCESSO Nº 1443/2022

Torna-se público que a Câmara Municipal De Santos, por requisição de sua diretoria de comunicação e, conforme autorização de sua Mesa Diretora, realizará a licitação em epígrafe, na modalidade concorrência, na forma presencial, do tipo técnica e preço, para a contratação de agência especializada para prestação de serviços de publicidade, em conformidade com a Lei nº 12.232/2010, Lei nº 14.133/2021 e demais legislações aplicáveis e, ainda, de acordo com as condições estabelecidas neste edital e descrições constantes do Anexo I – Termo de Referência do ato convocatório.

1. DAS DISPOSIÇÕES PRELIMINARES

- 1.1. A Concorrência será realizada em sessões públicas, presenciais e dirigidas pela Comissão de Contratação da Câmara Municipal de Santos/SP.
- 1.2. As sessões serão realizadas Câmara Municipal de Santos, situada na Praça Tenente Mauro Batista de Miranda, nº 01, Vila Nova, na cidade de Santos, Estado de São Paulo, CEP 11.013-360.

2. DO OBJETO

- 2.1. A presente Concorrência tem como objeto a contratação de agência especializada para a prestação de serviços de publicidade, conforme descrições constantes neste Edital e no Termo de Referência, Anexo I do Edital.
- 2.2. Integram o objeto desta Concorrência, como atividades complementares, os serviços especializados pertinentes:
 - 2.2.1. 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;
 - 2.2.2. À produção e à execução técnica das peças e projetos publicitários criados;
 - 2.2.3. À criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando à expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias.

3. DA DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA

- 3.1. As despesas decorrentes do objeto desta Concorrência correrão por conta da seguinte dotação orçamentária:
 - I-Gestão/Unidade: 02.09.10. - Câmara Municipal;
 - II- Fonte de Recursos: 01 - Tesouro;
 - III- Programa de Trabalho: 0001 - Processo Legislativo;
 - IV- Elemento de Despesa: 3.3.90.39. - OUTROS SERVIÇOS DE TERCEIROS - PESSOA JURÍDICA;
 - V- Subelemento: 3.3.90.39.88 - SERVIÇOS DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA;
 - VI- PCASP: 3.3.2.3.1.05.00 - PUBLICIDADE;
 - VII- Ficha: 0021.
- 3.2. O valor total anual estimado pela Administração para a contratação é de 1.500.000,00 (um milhão e quinhentos mil reais), ressalvado o disposto no art. 73, inc. VII, da Lei nº 9.504/97.



CÂMARA MUNICIPAL DE SANTOS

SECRETARIA DE PLANEJAMENTO E FINANÇAS

CONCORRÊNCIA Nº 01/2024 - PROCESSO Nº 1443/2022

4. DA PARTICIPAÇÃO

4.1. Poderão participar desta Concorrência todos os interessados do ramo de atividades pertinentes ao objeto da contratação e que atendam às exigências contidas neste ato convocatório e em seus anexos, em especial o Anexo I – Termo de Referência do Edital.

4.2. Não poderão disputar esta licitação:

4.2.1. Aquele que não atenda às condições deste Edital e seu(s) anexo(s);

4.2.2. Autor do anteprojeto, do projeto básico ou do projeto executivo, pessoa física ou jurídica, quando a licitação versar sobre serviços ou fornecimento de bens a ele relacionados;

4.2.3. Empresa, isoladamente ou em consórcio, responsável pela elaboração do projeto básico ou do projeto executivo, ou empresa da qual o autor do projeto seja dirigente, gerente, controlador, acionista ou detentor de mais de 5% (cinco por cento) do capital com direito a voto, responsável técnico ou subcontratado, quando a licitação versar sobre serviços ou fornecimento de bens a ela necessários;

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

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

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

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

4.2.8. Agente público do órgão ou entidade licitante;

4.2.9. Organizações da Sociedade Civil de Interesse Público - OSCIP, atuando nessa condição;

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

4.2.11. Estejam constituídos sob forma de consórcio.

4.2.12. Microempreendedor Individual.

4.3. O impedimento de que trata o item 4.2.4 será também aplicado ao licitante que atue em substituição a outra pessoa, física ou jurídica, com o intuito de burlar a efetividade da sanção a ela aplicada, inclusive a sua controladora, controlada ou coligada, desde que devidamente comprovado o ilícito ou a utilização fraudulenta da personalidade jurídica do licitante.

4.4. A critério da Administração e exclusivamente a seu serviço, o autor dos projetos e a empresa a que se referem os itens 4.2.2 e 4.2.3 poderão participar no apoio das atividades de planejamento da contratação, de execução da licitação ou de gestão do contrato, desde que sob supervisão exclusiva de agentes públicos do órgão ou entidade.

4.5. Equiparam-se aos autores do projeto as empresas integrantes do mesmo grupo econômico.

4.6. O disposto nos itens 4.2.2 e 4.2.3 não impede a licitação ou a contratação de serviço que inclua como encargo do



CÂMARA MUNICIPAL DE SANTOS

SECRETARIA DE PLANEJAMENTO E FINANÇAS

CONCORRÊNCIA Nº 01/2024 - PROCESSO Nº 1443/2022

contratado a elaboração do projeto básico e do projeto executivo, nas contratações integradas, e do projeto executivo, nos demais regimes de execução.

4.7. Em licitações e contratações realizadas no âmbito de projetos e programas parcialmente financiados por agência oficial de cooperação estrangeira ou por organismo financeiro internacional com recursos do financiamento ou da contrapartida nacional, não poderá participar pessoa física ou jurídica que integre o rol de pessoas sancionadas por essas entidades ou que seja declarada inidônea nos termos da Lei nº 14.133/2021.

4.8. A vedação de que trata o item 4.2.8 estende-se a terceiro que auxilie a condução da contratação na qualidade de integrante de equipe de apoio, profissional especializado ou funcionário ou representante de empresa que preste assessoria técnica.

5. DO CREDENCIAMENTO

5.1. Os licitantes poderão promover a indicação e o credenciamento de seus representantes no presente certame, devendo apresentar-se perante a Comissão de Contratação, das 09h30 às 10h, conforme consta na folha de rosto deste edital.

5.1.1. O credenciamento será efetuado com a entrega da documentação abaixo, em original, cópia autenticada por Cartório ou publicação em órgão da imprensa oficial ou cópia simples acompanhada do respectivo original para conferência e autenticação, e documento de identidade ou outro equivalente, entregues à Comissão de Contratação, fora dos envelopes, a saber:

a) Registro Comercial, Ato Constitutivo, Estatuto ou Contrato Social em vigor;

b) Procuração pública ou particular ou Termo de Credenciamento, conforme modelo apresentado no Anexo VI do presente Edital, que lhe confira poderes para atuar em licitações e praticar atos pertinentes ao certame, em nome da proponente.

b.1) Se o credenciado for o próprio sócio, com poderes para assumir obrigações pela pessoa jurídica concedidos pelo próprio Contrato ou Estatuto Social, não será necessária a entrega da procuração.

5.2. Os documentos de credenciamento deverão ser examinados pela Comissão de Contratação, na data da sessão pública, sendo, após, retidos e juntados ao processo licitatório.

5.3. A pessoa credenciada será a única admitida a intervir nas fases do procedimento licitatório no interesse da representada.

5.4. É conveniente a presença do representante legal da licitante até o final da sessão pública, sendo que, no caso de ausência da sala de sessão, ainda que momentânea, deverá ser comunicada e autorizada pelo Presidente da Comissão de Contratação e, se definitiva, registrada em ata com indicação do horário. Os prejuízos advindos da ausência serão de responsabilidade única e exclusiva do ausente.

5.5. Nenhuma pessoa natural, ainda que de posse de procuração devidamente outorgada, poderá representar mais de um licitante. Caso ocorra, o primeiro credenciamento prevalecerá e a(s) outra(s) licitante(s) ficará(ão) sem representação, arcando com o ônus da não representatividade.

5.6. A não apresentação do credenciamento não será motivo de inabilitação da licitante, que apenas ficará impedida de se manifestar durante a sessão pública de abertura dos envelopes e demais fases do procedimento licitatório, tais como declarar a intenção de interpor recurso e de renunciar ao direito de recorrer.

5.7. A documentação apresentada na primeira sessão de recepção e abertura das Propostas Técnica e de Preço credencia o representante a participar das demais sessões. Na hipótese de sua substituição no decorrer do processo licitatório, deverá ser apresentado novo credenciamento.



CÂMARA MUNICIPAL DE SANTOS

SECRETARIA DE PLANEJAMENTO E FINANÇAS

CONCORRÊNCIA Nº 01/2024 - PROCESSO Nº 1443/2022

5.8. Os documentos de credenciamento deverão ser apresentados em separado dos Invólucros e serão anexados ao processo.

5.9. Caso a licitante não deseje se fazer representar nas sessões de recepção e abertura, deverá encaminhar as Propostas Técnica e de Preço. Nesse caso, deverá efetuar a entrega dos invólucros diretamente à Comissão de Contratação, até a data, hora e local indicados neste Edital.

6. DA FORMALIZAÇÃO DE CONSULTAS, IMPUGNAÇÕES E ESCLARECIMENTOS AO ATO CONVOCATÓRIO

6.1. Os interessados poderão obter quaisquer informações ou esclarecimentos sobre esta Concorrência junto à Comissão de Contratação da Câmara Municipal de Santos, exclusivamente mediante solicitação por escrito, até 03 (três) dias úteis antes da data fixada para a abertura do certame, em uma das seguintes formas:

a) Por documento protocolizado junto à Comissão de Contratação, sala 15 - térreo, da Câmara Municipal de Santos, das 9h30 às 12h e das 14h30 às 17h.

b) Pelo e-mail comlic@camarasantos.sp.gov.br.

6.2. Qualquer pessoa poderá impugnar este instrumento convocatório, devendo protocolar até 03 (três) dias úteis antes da data fixada para a abertura do certame, nos termos do art. 164, da Lei nº 14.133/2021.

6.2.1. As impugnações deverão ser protocoladas, em vias físicas, direcionadas à Comissão de Contratação, sala 15 - térreo, da Câmara Municipal de Santos, das 9h30 às 12h e das 14h30 às 17h.

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

6.4. As impugnações e pedidos de esclarecimentos não suspendem os prazos previstos no certame.

6.4.1. A concessão de efeito suspensivo à impugnação é medida excepcional e deverá ser motivada pela Comissão, nos autos do processo de licitação e publicado no Diário Oficial do Município.

6.5. Acolhida a impugnação contra o ato convocatório, será definida e publicada nova data para a realização deste certame.

6.6. Se das impugnações e/ou esclarecimentos resultar a necessidade de modificar o ato convocatório, tais alterações serão divulgadas pelo mesmo instrumento em que se deu a publicidade do texto original, reabrindo-se o prazo inicialmente estabelecido, exceto quando, inquestionavelmente, as alterações não afetarem a formulação das propostas.

7. DO RECEBIMENTO DAS PROPOSTAS

7.1. Os invólucros com as Propostas Técnica e de Preço serão recebidos como segue:

7.1.1. Período: 07/04/2025 à 03/06/2025;

7.1.2. Hora: até às 09h30 minutos do dia 03/06/2025 (horário de Brasília);

a) Desde a publicação do Edital da Concorrência nº 01/2024 até a véspera da sessão de abertura do certame, os envelopes deverão ser direcionados à Comissão de Contratação, sala 15 – térreo, da Câmara Municipal de Santos, das 09h30 às 12h e das 14h30 às 17h;

b) No dia 03/06/2025 (data da sessão de abertura), os envelopes deverão ser entregues à Comissão de Contratação diretamente na Câmara Municipal de Santos, local onde se realizará a sessão pública de abertura do certame, respeitado, por certo, o horário limite fixado.

7.2. Após o dia e horário acima indicados não serão mais recebidos os envelopes.

7.3. Se não houver expediente nessa data, os invólucros serão recebidos no primeiro dia útil subsequente.



CÂMARA MUNICIPAL DE SANTOS

SECRETARIA DE PLANEJAMENTO E FINANÇAS

CONCORRÊNCIA Nº 01/2024 - PROCESSO Nº 1443/2022

7.4. A abertura dos invólucros e demais procedimentos licitatórios obedecerão ao disposto neste Edital e na legislação.

8. DA ENTREGA DA PROPOSTA TÉCNICA (INVÓLUCROS Nº 1, 2 E 3)

8.1. A Proposta Técnica deverá ser apresentada à Comissão de Contratação em invólucros distintos e separados, na forma a seguir discriminado:

8.1.1. INVÓLUCRO Nº 1 – PROPOSTA TÉCNICA – PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA (VIA NÃO IDENTIFICADA) – composto pelo Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia, devendo estar acondicionado no envelope padronizado fornecido, obrigatoriamente, pela Câmara Municipal de Santos.

a) O envelope padronizado deverá ser retirado pela interessada junto à Comissão de Contratação, na sala 15 - térreo, da Câmara Municipal de Santos, das 9h30 às 12h e das 14h30 às 17h.

b) O Invólucro nº 1 deverá estar fechado e lacrado sem rubrica.

c) O Invólucro nº 1, para preservar até a abertura do Invólucro nº 2 o sigilo quanto à autoria do Plano de Comunicação Publicitária, não poderá:

i) ter nenhuma identificação;

ii) apresentar marca, sinal, etiqueta ou outro elemento que possibilite a identificação da licitante;

iii) estar danificado ou deformado pelas peças, materiais e/ou demais documentos nele acondicionados de modo a possibilitar a identificação da licitante, bem como seu conteúdo deve estar perfeitamente alocado em seu interior.

8.1.2. INVÓLUCRO Nº 2 – PROPOSTA TÉCNICA – PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA (VIA IDENTIFICADA)

8.1.2.1. No invólucro nº 2 deverá estar acondicionado o Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada, de que trata o item 4.3 do Anexo I do Estudo Técnico Preliminar – Propostas e Critérios de Julgamento.

8.1.2.2. O invólucro nº 2 deverá conter cópia do Plano de Comunicação Publicitária – Via não Identificada, sem os exemplos de peças referente à Ideia Criativa, estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

<p>À COMISSÃO DE CONTRATAÇÃO DA CÂMARA MUNICIPAL DE SANTOS</p> <p><u>INVÓLUCRO Nº 02</u></p> <p>PROPOSTA TÉCNICA – PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA</p> <p>(VIA IDENTIFICADA)</p> <p>CONCORRÊNCIA Nº 01/2024</p> <p>NOME EMPRESARIAL DA LICITANTE</p> <p>CNPJ DA LICITANTE</p>
--

8.1.2.3. O Invólucro nº 2 será providenciado pela licitante e poderá ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável quanto às informações de que trata, até a sua abertura.

8.1.2.4. O objetivo exclusivo do Invólucro nº 2 é a posterior identificação, para fins do cômputo geral de notas, das autoras do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, sendo seu conteúdo apenas usado como parâmetro de reconhecimento destas propostas.



CÂMARA MUNICIPAL DE SANTOS

SECRETARIA DE PLANEJAMENTO E FINANÇAS

CONCORRÊNCIA Nº 01/2024 - PROCESSO Nº 1443/2022

8.1.3. INVÓLUCRO Nº 3 – PROPOSTA TÉCNICA - CAPACIDADE DE ATENDIMENTO, REPERTÓRIO E RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO, de que tratam listados no subitem 3.1 do Anexo I do Estudo Técnico Preliminar – Propostas e Critérios de Julgamento, deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

COMISSÃO DE CONTRATAÇÃO DA CÂMARA MUNICIPAL DE SANTOS

INVÓLUCRO Nº 03

**PROPOSTA TÉCNICA - CAPACIDADE DE ATENDIMENTO, REPERTÓRIO E
RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO**

CONCORRÊNCIA Nº 01/2024

NOME EMPRESARIAL DA LICITANTE

CNPJ DA LICITANTE

8.1.3.1. O Invólucro nº 3 deverá ser providenciado pela licitante e poderá ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável quanto às informações de que trata, até sua abertura, sendo vedado o uso de caixas, envelopes e embalagens de dimensões superiores 10.000 cm³ que dificultem o manejo do seu conteúdo.

8.1.3.2. O uso de embalagens de dimensões superiores às definidas neste Edital e Anexos para o Invólucro nº 3 acarretará em automática desclassificação da concorrente.

8.1.3.3. O Invólucro nº 3 não poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA - VIA NÃO IDENTIFICADA que possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do Invólucro nº 2.

9. DO CONTEÚDO DA PROPOSTA TÉCNICA

9.1. A Proposta Técnica consistirá em quatro quesitos: **Plano de Comunicação Publicitária, Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação.**

9.1.1. Plano de Comunicação Publicitária: a licitante apresentará Plano de Comunicação Publicitária, elaborado com base no Briefing, o qual compreenderá os seguintes subquesitos:

9.1.1.1. Raciocínio Básico: composto de um texto, em que o licitante demonstrará sua compreensão sobre as necessidades de comunicação publicitária da Câmara Municipal de Santos, sua compreensão sobre o objeto da licitação e sobre o desafio de comunicação expresso através do Briefing. O texto deverá contemplar:

- a) diagnóstico e interpretação dos desafios e problemas de comunicação contidos no Briefing introduzindo o trabalho da licitante;
- b) considerações de público alvo;
- c) premissas básicas para o desenvolvimento da estratégia de comunicação que será desenvolvida pela agência licitante nos subitens que virão a seguir, incluindo a prioridade com que estas premissas devem ser atendidas nas estratégias subsequentes.

9.1.1.2. Estratégia de Comunicação Publicitária: derivado diretamente das considerações já apresentadas no subitem anterior, se constitui de apresentação pela licitante, das linhas gerais da proposta para suprir os desafios e problemas - geral e específicos - de comunicação a serem enfrentados e alcançar os objetivos previstos no Briefing, compreendendo:



CÂMARA MUNICIPAL DE SANTOS

SECRETARIA DE PLANEJAMENTO E FINANÇAS

CONCORRÊNCIA Nº 01/2024 - PROCESSO Nº 1443/2022

a) explicitação e defesa do partido temático e do conceito que, de acordo com seu raciocínio básico, devem fundamentar a proposta de solução publicitária, partindo do tema chave proposto no Briefing, descartando soluções eventualmente consideradas inicialmente na estratégia e justificando seu descarte;

b) explicitação e defesa dos principais pontos da Estratégia de Comunicação Publicitária sugerida, no que destaca:

I. Definições sobre o comportamento dos públicos da campanha, formulando hipóteses e diagnósticos alicerçados em dados reconhecidos;

II. Definições sobre o conteúdo que deve estar inserido na campanha, em particular sobre o conteúdo e forma de abordar o público definido, norteando os itens que serão corporificados nas peças da relação presente na ideia criativa;

III. Desdobramentos posteriores da campanha, determinando como esta abordagem irá gerar longevidade à campanha

IV. Definições temporais sobre o período correto de realizar a campanha, diante das diretrizes presentes;

V. Definições relativas ao modo de realizar a estratégia de campanha, em particular diretrizes gerais sobre os suportes midiáticos, instrumentos ou ferramentas que serão utilizados e razões que suportam essas diretrizes.

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

a) apresentar relação de todas as peças e/ou material que julgar necessários para a execução da sua proposta de estratégia de comunicação publicitária, como previsto anteriormente, com comentários sobre a construção criativa de cada peça e/ou material, podendo ser em texto corrido ou tópicos, a critério dos licitantes;

b) da relação prevista na alínea anterior, escolher e apresentar como exemplos, as peças e/ou materiais que julgar mais indicados para corporificar objetivamente sua proposta de solução do(s) desafio(s) ou problema(s), geral e/ou específico, de comunicação, conforme explicitado na estratégia de comunicação publicitária. As peças eleitas devem estar indicadas de forma clara no texto descrito na alínea anterior;

c) os comentários mencionados na alínea “a” desse subitem deverão estar circunscritos à especificação de cada peça e/ou material, à explicitação das funções táticas que se pode esperar de cada peça e/ou material, e a sua detalhada especificação no caso das peças não corporificadas que eventualmente irão compor a campanha, bem como de suas técnicas construtivas quando pertinente;

d) conforme Item 4.2.3 do Anexo I – Propostas e Critérios de Julgamento, do Estudo Técnico Preliminar, os exemplos de peças e/ou materiais estão limitados a 5 (cinco), independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça e/ou material, podendo ser apresentados sob qualquer forma impressa – desde roteiro, layout e/ou storyboard impressos, para qualquer meio; descritivos e gráficos impressos para protótipo; detalhamento impresso de roteiros para realização de peças destinadas a rádio e internet;

I. Todos os exemplos devem ser apresentados exclusivamente em substrato papel, conforme demais normativas do certame.

II. Se a campanha proposta pela licitante previr número de peças e/ou material superior ao que pode ser apresentado na forma “exemplificada”, a relação prevista na alínea “a”, do subitem 4.2.4, Anexo I – Propostas e Critérios de Julgamento, deverá ser elaborada em dois blocos (de texto ou de tópicos, conforme escolha da licitante): um para as peças e/ou material apresentados como exemplos (peças tangibilizadas) e outro para o restante que não será exemplificado (peças não tangibilizadas).



CÂMARA MUNICIPAL DE SANTOS

SECRETARIA DE PLANEJAMENTO E FINANÇAS

CONCORRÊNCIA Nº 01/2024 - PROCESSO Nº 1443/2022

III. As peças gráficas poderão ser impressas em tamanho real ou reduzido, desde que não prejudique sua leitura, sem limitação de cores, sem suporte e/ou passe-partout. Peças que não se ajustem às dimensões do Invólucro nº 1 podem ser dobradas.

IV. Cada peça e/ou material impresso deverá trazer indicação sucinta (exemplos: cartaz, roteiro de filme TV, roteiro de spot para rádio, anúncio em revista, frames de banner para internet etc.) destinada a facilitar seu cotejo pelos integrantes da Subcomissão Técnica.

e) para fins de cômputo das peças que podem ser apresentadas “exemplificadas”, até o limite de que trata a alínea “d” desse subitem, devem ser observadas as seguintes regras:

I. as reduções e variações de formato serão consideradas como novas peças;

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 e jornal e de painéis sequenciais de mídia exterior – outdoor, envelopamento de veículos, adesivagem de fingers – entre outros), apenas será considerada uma peça se o conjunto transmitir mensagem única;

IV. um hot site e todas as suas páginas serão considerados uma peça;

V. um filme e o hot site em que se encontra hospedado serão considerados duas peças;

VI. um banner e o hot site para o qual ele esteja direcionado serão considerados duas peças;

VII. um hot site cuja página de abertura e/ou demais páginas internas sejam formadas por animações ou imagens captadas, formando um conjunto integrado ao hot site, será considerado apenas uma peça.

9.1.1.4. Estratégia de Mídia e Não Mídia constituída de:

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

b) texto diagnóstico sobre os públicos da campanha contemplados, seu consumo de mídia e perfis embasados em pesquisas e dados reconhecidos, sempre alicerçados em elementos demográficos e psicográficos, servindo de apoio aos argumentos oferecidos, o que inclui gráficos e tabelas referentes a estes conteúdos;

c) texto com considerações detalhadas sobre as táticas de mídia propostas e números relativos ao alcance do plano proposto, permitindo a inclusão de tabelas e informações sobre as estratégias de flight propostas;

d) simulação de plano de distribuição em que a licitante identificará todas as peças e/ou materiais destinados a veiculação, exposição ou distribuição, sob a forma de textos, métricas, tabelas, gráficos e planilhas que embasem as normativas técnicas utilizadas pelas licitantes para esta distribuição.

d.1) todas as peças e material que integrem a relação comentada prevista na alínea “a” deverão constar dessa simulação, com os respectivos períodos de distribuição das peças e/ou materiais e quantidades de inserção destes materiais;

e) resumo geral com informações sobre, ao menos:

e.1) os valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em veículos de divulgação, separadamente por meios;

e.2) os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção e/ou na execução técnica de cada peça destinada a veículos de divulgação;

e.3) os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção de cada peça e/ou material de não mídia com as respectivas quantidades a serem produzidas;

e.4) demais valores (absolutos e percentuais) que incluam o orçamento estabelecido, inclusive custos de



CÂMARA MUNICIPAL DE SANTOS

SECRETARIA DE PLANEJAMENTO E FINANÇAS

CONCORRÊNCIA Nº 01/2024 - PROCESSO Nº 1443/2022

pesquisa e eventuais reservas técnicas designadas;

f) quanto aos valores desta simulação, devem ser observados:

f.1) os preços das inserções em veículos de comunicação devem ser considerados os de tabela cheia, vigentes na data de publicação deste Edital e seu Aviso de Licitação;

f.2) deve ser desconsiderado o repasse de parte do desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei n.º 4.680/1965;

f.3) não será necessário especificar os custos internos e honorários sobre serviços de fornecedores.

9.1.2. Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada

9.1.2.1. O Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada - constitui-se do mesmo conteúdo da via não identificada, sem os exemplos de peças e/ou materiais da Ideia Criativa, com a identificação da licitante. Deve ser datado e assinado na última página e rubricado nas demais, por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado, uma vez que não tem como propósito nenhum tipo de avaliação técnica, sendo apenas referência para cotejamento dos conteúdos no momento final da avaliação desta etapa do certame.

9.1.3. Capacidade de Atendimento

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

9.1.3.2. Qualquer página com os documentos e informações previstos no subitem 9.1.3.1 poderá ser editada em papel A3 dobrado.

9.1.3.3. Os documentos e informações e o caderno específico mencionados no subitem 9.1.3.1 não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do Invólucro nº 2.

9.1.3.4. Não há limitação de número de páginas para apresentação do conteúdo do caderno da Capacidade de Atendimento.

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

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

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

b.1) não é necessária rubrica ou autenticação destes currículos resumidos por parte dos profissionais, atentando a licitante ao observado nas cláusulas contratuais sobre equipe disponível para a Câmara Municipal de Santos;

b.2) não é necessário currículo resumido dos profissionais que não integrem as áreas técnicas da agência;

c) as instalações, a infraestrutura física, segurança de fluxo de dados, de processos e os recursos materiais que estarão à disposição para a execução do contrato;



CÂMARA MUNICIPAL DE SANTOS

SECRETARIA DE PLANEJAMENTO E FINANÇAS

CONCORRÊNCIA Nº 01/2024 - PROCESSO Nº 1443/2022

d) a sistemática de atendimento e discriminação dos prazos a serem praticados, em forma clara e em condições normais de trabalho, na criação de peça avulsa ou de campanha, na elaboração de plano de mídia e fluxo de trabalho;

e) discriminação detalhada das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência, dos periódicos assinados e da(s) auditoria(s) de circulação e controle de mídia (com suas respectivas abrangências) que colocará regularmente à disposição da Câmara Municipal de Santos, sem ônus adicionais, na vigência do contrato.

9.1.4. Repertório

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

9.1.4.2. Qualquer página com os documentos e informações previstos no subitem 9.1.4.1. poderá ser editada em papel A3 dobrado.

9.1.4.3. Não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do Invólucro nº 2.

9.1.4.4. Não há limitação de número de páginas para o conteúdo do caderno de apresentação do Repertório.

9.1.4.5. O repertório é composto por um conjunto de trabalhos produzidos e veiculados pela licitante, na seguinte forma:

a) um DVD contendo até 03 (três) comerciais para televisão;

b) um CD contendo até 03 (três) spots e/ou jingles para rádio;

c) um conjunto de até 03 (três) anúncios destinados à mídia impressa.

9.1.4.5.1. Além dos dispositivos mencionados nas alíneas “a” e “b”, os repertórios poderão ser entregues em outros tipos de armazenamento externo, desde que na mesma quantidade e que estejam em condições adequadas para visualização, executável em qualquer computador com sistema operacional Windows.

9.1.4.6. Para cada peça e/ou material deverá ser apresentada ficha técnica e texto resumo com a indicação sucinta do problema que se propôs a resolver e parâmetros de construção da peça, além da identificação da licitante e de seu cliente, título, data de produção, período de veiculação, menção de pelo menos um veículo que divulgou cada peça e outras questões pertinentes.

9.1.4.7. Serão vedados os trabalhos que tiverem qualquer referência direta ou indireta à Câmara Municipal de Santos, mesmo que em regime de parceria com outros anunciantes.

9.1.4.8. As peças e/ou material devem ter sido veiculados a partir de 01 de janeiro de 2012.

9.1.4.9. As peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD, CD, ou outros tipos de armazenamento externo, desde que estejam em condições adequadas para visualização, executável em qualquer computador com sistema operacional Windows.

9.1.4.10. Qualquer problema técnico referente a mídia apresentada pelas licitantes poderá ter reflexo direto nas notas das mesmas e será de total e exclusiva responsabilidade delas.

9.1.4.11. As peças gráficas poderão integrar caderno em papel A4 ou A3 dobrado, ou ser apresentadas separadamente. Em todos os casos, deverá ser preservada a capacidade de leitura das peças e deverão ser



CÂMARA MUNICIPAL DE SANTOS

SECRETARIA DE PLANEJAMENTO E FINANÇAS

CONCORRÊNCIA Nº 01/2024 - PROCESSO Nº 1443/2022

indicadas suas dimensões originais.

9.1.4.12. Se apresentadas soltas, as peças poderão ter qualquer formato, dobradas ou não, desde que caibam no invólucro adequado.

9.1.5. Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

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

9.1.5.2. Qualquer página com os documentos e informações poderá ser editada em papel A3 dobrado. Nesse caso, para fins do limite previsto no subitem 9.1.5.4, o papel A3 será computado como duas páginas de papel A4.

9.1.5.3. Os documentos e informações e o caderno específico mencionados no subitem precedente não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada e possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do Invólucro nº 2.

9.1.5.4. A licitante deverá apresentar 2 (dois) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, cada um com o máximo de 3 (três) páginas, em que serão descritas soluções bem-sucedidas de problemas de comunicação planejadas e propostas por ela e implementadas para seus clientes.

9.1.5.5. As propostas de que trata o subitem 9.1.5.4. devem ter sido implementadas a partir de 2010.

9.1.5.6. Se a licitante apresentar relatos em quantidade inferior à estabelecida no item 9.1.5.4, sua pontuação máxima, neste quesito, será proporcional ao número de relatos apresentados. A proporcionalidade será obtida mediante a aplicação da regra de três simples em relação à pontuação máxima prevista para o subitem.

9.1.5.7. Os relatos deverão estar formalmente referendados pelos respectivos clientes e não podem referir-se a ações de comunicação solicitadas e/ou aprovadas pela Câmara Municipal de Santos.

9.1.5.8. É facultada a inclusão de até 3 peças e/ou materiais, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça, para cada Relato.

10. APRESENTAÇÃO E ELABORAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA

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

10.2. O Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada: deverá ser apresentado da seguinte forma:

- a)** em caderno único e com espiral preto colocado à esquerda;
- b)** capa e contracapa em papel A4 branco, com 75 gr/m² a 90 gr/m², ambas em branco, não deverão ser usadas sobrecapas em plástico, acetato ou qualquer outro material;
- c)** conteúdo impresso em papel A4, tipo offset ou equivalente, branco, com 75gr/m² a 90 gr/m², orientação retrato;
- d)** espaçamento de 2 cm nas margens direita e esquerda, a partir da borda;
- e)** títulos, entretítulos, parágrafos e linhas subsequentes sem recuos;
- f)** espaçamento 'simples' entre as linhas e, opcionalmente, duplo após títulos e entretítulos e entre parágrafos;
- g)** alinhamento justificado do texto;
- h)** texto e numeração de páginas em fonte 'arial', cor 'automático', tamanho '12 pontos', sem prejuízo das exceções



CÂMARA MUNICIPAL DE SANTOS

SECRETARIA DE PLANEJAMENTO E FINANÇAS

CONCORRÊNCIA Nº 01/2024 - PROCESSO Nº 1443/2022

dispostas nos itens 10.3 e 10.4;

i) numeração em todas as páginas, pelo editor de textos, a partir da primeira página interna, em algarismos arábicos, no canto inferior direito da folha;

j) sem identificação da licitante;

k) não serão permitidas notas de rodapé no corpo do texto e nenhum título, exceto como coadjuvante dos gráficos e tabelas, nos itens em que estes são expressamente permitidos.

10.3. Os sub quesitos Raciocínio Básico e Estratégia de Comunicação Publicitária poderão ter gráfico e/ou tabela, observadas as seguintes regras:

a) os gráficos ou tabelas poderão ser editados em cores;

b) para os dados e informações dos quadros e/ou tabelas recomenda-se edição na fonte 'arial', em estilo 'normal', cor 'automático', tamanho '10 pontos';

c) apenas as páginas em que estiverem inseridos os gráficos e/ou tabelas poderão ser apresentadas em papel A3 dobrado.

10.4. Os gráficos, tabelas e planilhas integrantes do sub quesito Estratégia de Mídia e Não Mídia deverão ter fontes e tamanhos de fonte habitualmente utilizados nesses documentos e poderão ser editados em cores.

10.4.1. Apenas as páginas em que estiverem inseridos os gráficos, tabelas e planilhas desse sub quesito poderão ser apresentadas em papel A3 dobrado.

10.5. Os exemplos de peças e/ou materiais integrantes do sub quesito Ideia Criativa serão apresentados separadamente do caderno de que trata o subitem 10.2, apesar de integrarem o mesmo invólucro.

10.5.1. Esses exemplos devem adequar-se às dimensões do Invólucro nº 1, cabendo à licitante atentar para o disposto no subitem 1.1.1 a 1.1.1.3 do Anexo Propostas e Critérios de Julgamento e demais exigências deste Edital.

10.5.2. Não é permitido que as peças sejam coladas em pranchas ou similares que possam determinar a identidade da licitante, nem o uso de pass-partout ou assemelhados. Quando impressas deve-se usar o padrão de gramatura de papel proposto (75 gr/m² a 90 gr/m²), além de respeitar a sugestão de exposição em folha que, quando dobrada e fechada, mantenha o formato A4 de forma a permitir sua melhor inserção e manuseio no invólucro padrão sem maiores transtornos à Subcomissão Técnica.

10.6. Os textos do Raciocínio Básico, da Estratégia de Comunicação Publicitária e da Ideia Criativa estão limitados, no conjunto, a 10 páginas.

10.7. Os textos da Estratégia de Mídia e Não Mídia não têm limitação quanto ao número de páginas.

10.8. 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 mensagens publicitária.

10.9. Podem ser utilizadas páginas isoladas com a finalidade de identificar as etapas do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e seus sub quesitos: Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia. Não deverão ser lançados nessas páginas os subitens a que corresponde o quesito e nem os textos expressos nesses subitens.

10.10. O Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada: constitui-se do mesmo conteúdo da via não identificada, sem os exemplos de peças e/ou materiais da Ideia Criativa, com a identificação da licitante.

10.10.1. Deve ser datado e assinado na última página e rubricado nas demais, por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado, uma vez que não tem como propósito nenhum tipo de avaliação técnica, sendo apenas referência para cotejamento dos conteúdos no momento final da avaliação desta etapa do certame.



CÂMARA MUNICIPAL DE SANTOS

SECRETARIA DE PLANEJAMENTO E FINANÇAS

CONCORRÊNCIA Nº 01/2024 - PROCESSO Nº 1443/2022

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

10.11.1. Qualquer página com os documentos e informações previstos no subitem 10.11 poderá ser editada em papel A3 dobrado.

10.11.2. Os documentos e informações e o caderno específico mencionados no subitem 10.11 não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada e possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do Invólucro nº 2.

10.11.3. Não há limitação de número de páginas para apresentação do conteúdo do caderno da Capacidade de Atendimento.

10.12. O Repertório: a licitante deverá apresentar os documentos, informações, peças e materiais em caderno específico, com ou sem o uso de cores, em papel A4, em fonte 'arial', tamanho '12 pontos', em folhas numeradas sequencialmente, a partir da primeira página interna, rubricadas e assinadas na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

10.12.1. Qualquer página com os documentos e informações previstos no subitem 10.12 poderá ser editada em papel A3 dobrado.

10.12.2. Os documentos e informações e o caderno específico mencionados no subitem 10.12 não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada e possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do Invólucro nº 2.

10.12.3. Não há limitação de número de páginas para o conteúdo do caderno de apresentação do Repertório.

10.12.4. As peças gráficas poderão integrar o caderno específico previsto no subitem 9.1.5.1, em papel A4 ou A3 dobrado, ou ser apresentadas separadamente. Em todos os casos, deverá ser preservada a capacidade de leitura das peças e deverão ser indicadas suas dimensões originais.

10.12.5. Se apresentadas soltas, as peças poderão ter qualquer formato, dobradas ou não, desde que caibam no invólucro adequado.

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

10.13.1. Qualquer página com os documentos e informações poderá ser editada em papel A3 dobrado. Nesse caso, para fins do limite previsto no subitem 9.1.5.4. o papel A3 será computado como duas páginas de papel A4.

10.13.2. Os documentos e informações e o caderno específico mencionados no subitem precedente não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada e possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do Invólucro nº 2.

11. DA ENTREGA DA PROPOSTA DE PREÇO

11.1. O Invólucro nº 4 deverá ser providenciado pela licitante, constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, devendo ser inviolável, quanto às informações de que trata, até a sua abertura.

11.2. A proposta de preços deverá ser entregue em envelope fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:



CÂMARA MUNICIPAL DE SANTOS

SECRETARIA DE PLANEJAMENTO E FINANÇAS

CONCORRÊNCIA Nº 01/2024 - PROCESSO Nº 1443/2022

COMISSÃO DE CONTRATAÇÃO DA CÂMARA MUNICIPAL DE SANTOS

INVÓLUCRO Nº 04

PROPOSTA DE PREÇO

CONCORRÊNCIA Nº 01/2024

NOME EMPRESARIAL DA LICITANTE

CNPJ DA LICITANTE

11.3. A proposta deverá ser apresentada, em 01 (uma) via.

11.4. A Proposta de Preços deverá ser apresentada conforme o “Modelo de Proposta de Preços” constante do Anexo II deste Edital, em papel timbrado contendo todo o conteúdo relativo à proposta de preços referido neste Edital e seus Anexos, em especial:

- a)** ser redigida em língua portuguesa – salvo quanto a expressões técnicas de uso corrente, com clareza, sem emendas, rasuras ou entrelinhas;
- b)** ter suas páginas numeradas sequencialmente;
- c)** digitada em papel timbrado, ser datada e assinada por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado, na última folha e rubricada nas demais.

11.5. A Proposta de Preço ofertada deverá conter itens sujeitos a valoração, contendo as informações constantes neste Edital, indicando os percentuais em algarismos e por extenso, com os seguintes dados:

- a)** Percentual de desconto máximo a ser concedido à Câmara Municipal de Santos, sobre os CUSTOS INTERNOS, baseados na Tabela Referencial de Preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de São Paulo – SINAPRO/SP.
- b)** Honorários (em percentual) de até 10% (dez por cento), a serem cobrados da Câmara Municipal de Santos incidentes sobre os custos comprovados de outros serviços, cuja produção seja incumbida a terceiros sob a supervisão da Licitante, referentes à peça e/ou material cuja distribuição não proporcione à licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação nos termos do artigo 11 da Lei no 4.680/1965.

11.6. A Proposta de Preço deverá possuir as seguintes declarações:

11.6.1. Sobre o tratamento dos direitos autorais dos produtos de comunicação e peças publicitárias que vier a produzir, estabelecendo:

- a)** Para os direitos de autoria intelectual (criação, textos, ideias, projetos), a cessão durante ou após a vigência do contrato, dos direitos patrimoniais de uso, sem qualquer pagamento à licitante;
- b)** Para os direitos de imagem (atores e modelos) e de obras artísticas preexistentes (ou de sua reprodução), o licenciamento de uso durante ou após a vigência do prazo de duração do contrato, sem qualquer pagamento à licitante;

11.6.2. O compromisso de fazer constar, em destaque, em todos os orçamentos de produção de peças publicitárias, os valores dos cachês e os licenciamentos de uso de obras artísticas preexistentes, inclusos nesses orçamentos.

11.6.3. Declaração assinada pelo titular da licitante ou seu procurador legalmente designado, se comprometendo a repassar a Câmara Municipal de Santos todas as vantagens (pecuniárias ou não) obtidas nas negociações de preço com os veículos de comunicação e demais fornecedores e prestadores de serviços.

11.6.4. Os trabalhos desenvolvidos internamente pela agência serão remunerados de acordo com os valores constantes da Tabela Referencial de Preços do SINAPRO/SP, aplicando-se sobre ela, o desconto oferecido na Proposta de Preços da licitante.



CÂMARA MUNICIPAL DE SANTOS

SECRETARIA DE PLANEJAMENTO E FINANÇAS

CONCORRÊNCIA Nº 01/2024 - PROCESSO Nº 1443/2022

11.6.5. Nos preços propostos estão incluídas todas as despesas com materiais, mão-de-obra e respectivos encargos sociais, tributários, seguros, transportes e demais despesas necessárias à execução dos serviços objeto desta licitação, a cargo da licitante, inclusive cessão de direitos autorais. Na ausência dessa declaração, serão consideradas incluídas todas as despesas mencionadas neste item.

11.7. O prazo de validade da proposta será de, no mínimo, 180 (cento e oitenta) dias, contados da data da entrega dos envelopes.

12. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

12.1. As Propostas Técnicas serão julgadas, avaliadas e classificadas de acordo com os critérios pertinentes e adequados ao objeto licitado definidos neste Edital e seus Anexos, por uma Subcomissão Técnica especificamente selecionada para este fim, conforme normativas da legislação em vigor, aferindo-se a nota a partir do somatório dos pontos obtidos nos quesitos técnicos constantes da proposta do licitante.

12.2. Para efeito de avaliação do PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA, a licitante deverá apresentar uma campanha simulada, sobre o tema hipotético, com verba de R\$ 250.000,00 (duzentos e cinquenta mil reais) e duração de 90 (noventa) dias, conforme Briefing.

12.3. Serão levados em conta pela Subcomissão Técnica, como critério de julgamento técnico, os atributos da Proposta Técnica, conforme subitens a seguir, tendo cada quesito ou subquesito objetos específicos para análise.

12.3.1. PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA: atributos de Avaliação do quesito:

12.3.1.1. Raciocínio Básico: serão analisados a acuidade de compreensão e análise:

- a)** sobre a natureza e a extensão do objeto da licitação e presença de dados que referenciem esta acuidade;
- b)** do(s) desafio(s) ou do(s) problema(s), geral e/ou específico, de comunicação a ser(em) enfrentado(s);
- c)** das necessidades de comunicação institucional da Câmara Municipal de Santos, conforme Briefing.

12.3.1.2. Estratégia de Comunicação Publicitária: serão observadas nas propostas das licitantes:

- a)** a adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza e à qualificação (e a seu(s) desafio(s) ou problema(s), geral e/ou específico), de comunicação, conforme o Briefing;
- b)** a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do temático e do conceito proposto;
- c)** a riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação da Câmara Municipal de Santos com seus públicos a partir da eventual implantação da campanha;
- d)** a adequação e a exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do(s) desafio(s) ou do(s) problema(s), geral e/ou específico, de comunicação, conforme o Briefing em anexo;
- e)** a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta e táticas derivadas;
- f)** a capacidade de articular os conhecimentos sobre a comunicação institucional da Câmara Municipal de Santos, seu(s) desafio(s) ou problema(s), geral e/ou específico, de comunicação, seus públicos, os objetivos, geral e específicos, de comunicação previstos no Briefing e a verba disponível conforme o Briefing em anexo;
- g)** a composição de pontos de contato com os diversos públicos constantes no Briefing e sua concretização em estratégia pertinente ao desafio proposto;
- h)** as referências estratégicas capazes de alimentar os pontos fundamentais do Plano de Comunicação com destaque para as questões de público (quantitativas e comportamentais), forma, temporalidade e meios utilizados.



CÂMARA MUNICIPAL DE SANTOS

SECRETARIA DE PLANEJAMENTO E FINANÇAS

CONCORRÊNCIA Nº 01/2024 - PROCESSO Nº 1443/2022

12.3.1.3. Ideia Criativa: serão observadas nas propostas das licitantes:

- a)** sua adequação ao(s) desafio(s) ou problema(s), geral e/ou específico, de comunicação da Câmara Municipal de Santos, conforme o Briefing em anexo.
- b)** sua adequação à estratégia de comunicação publicitária sugerida pela licitante;
- c)** sua adequação ao universo cultural dos segmentos de público-alvo;
- d)** a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;
- e)** originalidade da combinação dos elementos que a constituem;
- f)** a unidade entre as peças que compõem a campanha;
- g)** a simplicidade da forma sob a qual se apresenta, bem como sua capacidade de síntese;
- h)** sua pertinência às atividades da comunicação de utilidade pública da Câmara Municipal de Santos e à sua inserção nos contextos social, político e econômico;
- i)** os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças e/ou materiais apresentados;
- j)** a exequibilidade das peças e/ou dos materiais e sua composição de imagem e de conteúdo;
- k)** a compatibilidade da linguagem utilizada nas peças e/ou nos materiais aos substratos midiáticos e aos públicos propostos;
- l)** o manejo e adequação da linguagem e composição de imagem, demonstrada em sua unidade criativa e qualidade técnica e nos exemplos apresentados.

12.3.1.4. Estratégia de Mídia e Não Mídia: serão observadas nas propostas das licitantes:

- a)** o conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público prioritário constantes no Briefing e seus desdobramentos de target;
- b)** a capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos, tanto demográficos quanto psicográficos, bem como uso de fontes confiáveis;
- c)** a consistência do plano simulado de distribuição das peças e/ou dos materiais em relação às duas alíneas anteriores, evidenciada pelo suporte de dados que norteiam essa simulação;
- d)** a pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos de comunicação próprios da Câmara Municipal de Santos;
- e)** a proporcionalidade na distribuição dos recursos entre suas alíneas;
- f)** a economicidade e consciência na aplicação da verba de mídia disponível, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças e/ou dos materiais e suas justificativas táticas e disponibilidade de métricas que as embasem;
- g)** a otimização da mídia segmentada, digital, alternativa e de massa;
- h)** a existência de descritivos claros, em valores percentuais e absolutos, capazes de resumir a proposta apresentada e sua proporcionalidade.

12.3.2. CAPACIDADE DE ATENDIMENTO: serão observadas nas propostas das licitantes:

- a)** a consonância da atual carteira com os problemas e desafios da Câmara Municipal de Santos;
- b)** a experiência e formação dos profissionais da licitante em atividades publicitárias e de comunicação integrada;
- c)** a adequação das qualificações e da quantificação desses profissionais à estratégia de comunicação publicitária institucional da Câmara Municipal de Santos;
- d)** a adequação das instalações, da infraestrutura física e dos recursos materiais e de segurança que estarão à disposição da execução do contrato;



CÂMARA MUNICIPAL DE SANTOS

SECRETARIA DE PLANEJAMENTO E FINANÇAS

CONCORRÊNCIA Nº 01/2024 - PROCESSO Nº 1443/2022

e) a operacionalidade do relacionamento entre a Câmara Municipal de Santos e a licitante, esquematizado na proposta, incluindo sistematização de reuniões e prazos de realização e alteração de peças, fluxos de trabalho, além das demais questões que explicitam o funcionamento deste relacionamento, tais como o trato das informações e segurança;

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

g) a existência de equipe dedicada ao trato da conta de comunicação institucional da Câmara Municipal de Santos, bem como a definição técnica dos profissionais à disposição nesta condição.

12.3.3. REPERTÓRIO: serão observadas nas propostas das licitantes:

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

b) a qualidade da execução e do acabamento da peça e/ou material, evidenciada pelas dimensões técnicas de produção e construção criativa em cada um dos meios onde estas peças foram inseridas;

c) a clareza da exposição das informações prestadas, tanto nas peças, quanto nos resumos que tratam do caso em que elas estão inseridas;

d) a exequibilidade das soluções diante das verbas claramente propostas, pela facilidade de implantação e sua relação particular com o impacto desejável junto aos públicos para as quais foram desenvolvidas;

e) a diversidade de casos e sua aderência aos desafios presentes no manejo das questões de comunicação da Câmara Municipal de Santos.

12.3.4. RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO: serão observadas nas propostas das licitantes:

a) a evidência de planejamento publicitário detectada na transformação dos cenários apresentados em novos dados e conclusões estratégicas a partir do problema proposto pelo cliente;

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

c) a relevância dos resultados apresentados a partir da solução de comunicação apresentada pela licitante e dela derivados;

d) a concatenação lógica da exposição, incluindo a ordenação narrativa do caso.

13. DA PONTUAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA

13.1. A nota da Proposta Técnica será apurada atribuindo aos quesitos e subquesitos, no máximo, os seguintes pontos, no total de 100 (cem), distribuídos conforme descritos nos subitens a seguir:

13.1.1. Raciocínio Básico: máximo de 10 (dez) pontos, da seguinte forma:

a) Clareza e embasamento no conhecimento das características gerais da comunicação institucional da Câmara Municipal de Santos - 1,0 (um) ponto;

b) Conhecimento genérico dos serviços prestados pela Câmara Municipal de Santos em todas as áreas contempladas pelo Edital e seus Anexos - 2,0 (dois) pontos;

c) Adequada compreensão da linha de atuação específica da Câmara Municipal de Santos, tanto em sua missão na construção de publicidades educativas, informativas de natureza institucional, quanto na linha de atuação em questão - 3,0 (três) pontos;

d) Acuidade de compreensão demonstrada em relação às necessidades de comunicação dessa específica linha de atuação - 4,0 (quatro) pontos.



CÂMARA MUNICIPAL DE SANTOS

SECRETARIA DE PLANEJAMENTO E FINANÇAS

CONCORRÊNCIA Nº 01/2024 - PROCESSO Nº 1443/2022

13.1.2. Estratégia de Comunicação: máximo de 20 (vinte) pontos, da seguinte forma:

- a) a adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza e à qualificação das campanhas da Câmara Municipal de Santos e a seu(s) desafio(s) ou problema(s), geral e/ou específico, de comunicação - 5,0 (cinco) pontos;
- b) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito propostos pela licitante e sua riqueza de desdobramentos positivos para a comunicação institucional da Câmara Municipal de Santos com seu público - 5,0 (cinco) pontos;
- c) desenvolvimento, adequação e exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do(s) desafio(s) - 6,0 (seis) pontos;
- d) a consistência lógica da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta e sua capacidade de articulação com os desafios de comunicação e públicos - 4,0 (quatro) pontos.

13.1.3. Ideia Criativa: máximo de 21 (vinte e um) pontos, da seguinte forma:

- a) estratégia de comunicação que atenda a todos os pontos da campanha propostos no Briefing - 6,0 (seis) pontos;
- b) capacidade de síntese da estratégia de comunicação e manejo e adequação da linguagem, demonstrados em sua unidade criativa e qualidade técnica dos exemplos apresentados - 4,0 (quatro) pontos;
- c) cobertura de público envolvido pela linha de atuação contemplada pela estratégia sugerida - 4,0 (quatro) pontos;
- d) originalidade na combinação de seus elementos constitutivos revelada nos roteiros e textos de peças publicitárias que se apresentarem e exequibilidade das soluções propostas - 7,0 (sete) pontos.

13.1.4. Estratégia de Mídia e Não Mídia: máximo de 14 (quatorze) pontos, da seguinte forma:

- a) Conhecimento de hábitos de comunicação do público envolvido com a linha de atuação - 3,0 (três) pontos;
- b) Capacidade analítica revelada no estudo desses hábitos e nas conclusões oferecidas à formulação da mídia, bem como da busca de fontes para embasar estes dados - 3,0 (três) pontos;
- c) Estudo de distribuição da verba da linha de atuação, em vista de suas diferentes necessidades entre as diversas áreas de serviços da Câmara Municipal de Santos, em particular a otimização da mídia segmentada, digital, alternativa e de massa - 4,0 (quatro) pontos;
- d) Consciência e economicidade do plano geral de utilização da verba publicitária da linha de atuação simulada na proposta, incluídas métricas e rentabilidades mensuráveis - 4,0 (quatro) pontos.

13.1.5. Na Capacidade de Atendimento: máximo de 15 (quinze) pontos, da seguinte forma:

- a) capacidade geral de atendimento revelada pela licitante, considerando a adequação das instalações, da infraestrutura física, dos recursos materiais, da quantidade e qualificação dos profissionais nos diferentes setores da licitante colocados à disposição da Câmara Municipal de Santos - 4,0 (quatro) pontos;
- b) sistemática de atendimento, revelada no julgamento dos quesitos: operacionalidade (fluxo e normas), segurança, presteza no atendimento às solicitações e grau de liberdade conferido na escolha de soluções alternativas - 6,0 (seis) pontos;
- c) a existência de equipe dedicada ao trato da conta, bem como a qualidade da definição técnica especificamente destes profissionais à disposição Câmara Municipal de Santos - 5,0 (cinco) pontos.

13.1.6. No Repertório: máximo de 10 (dez) pontos, da seguinte forma:

- a) capacidade técnica e artística revelada pela licitante no atendimento a outros clientes, de acordo com as amostras de peças incluídas na proposta e aferidas pelos quesitos de concepção e pertinência criativa - 4,0 (quatro) pontos;
- b) clareza da exposição das informações prestadas, tanto nas peças, quanto nos resumos que tratam do caso em que elas estão inseridas - 2,0 (dois) pontos;



CÂMARA MUNICIPAL DE SANTOS

SECRETARIA DE PLANEJAMENTO E FINANÇAS

CONCORRÊNCIA Nº 01/2024 - PROCESSO Nº 1443/2022

c) qualidade de execução e exequibilidade das soluções diante dos problemas propostos - 4,0 (quatro) pontos.

13.1.7. No Relato de Soluções de Problemas de Comunicação: máximo de 10 (dez) pontos, da seguinte forma:

a) a evidência de planejamento publicitário - 2,0 (dois) pontos;

b) a consistência das relações de causa e efeito entre problema encontrado e a solução proposta - 2,0 (dois) pontos;

c) a relevância dos resultados apresentados diante dos desafios - 3,0 (três) pontos;

d) na concatenação lógica da exposição, incluindo a ordenação narrativa do caso - 3,0 (três) pontos.

13.1.7.1. Se a licitante apresentar relatos em quantidade inferior à estabelecida no item 9.1.5.4, sua pontuação máxima, neste quesito, será proporcional ao número de relatos apresentados. A proporcionalidade será obtida mediante a aplicação da regra de três simples em relação à pontuação máxima prevista para o subitem.

13.2. Os números de pontos indicados em cada quesito relacionado nos subitens anteriores serão considerados como notas máximas, de cada membro da Subcomissão Técnica, para efeito de atribuição das notas.

13.3. A nota será atribuída partindo de uma escala de 0,0 (zero) ponto até a quantidade máxima de pontos indicada em cada quesito, efetuando-se os cálculos com, no máximo, duas casas decimais.

13.4. A Subcomissão Técnica reavaliará a pontuação atribuída a um quesito sempre que a diferença entre a maior e a menor pontuação for superior a 20% (vinte por cento) da pontuação máxima atribuída à cada licitante no quesito, com o fim de restabelecer o equilíbrio das avaliações, de conformidade com os critérios objetivos previstos neste Edital e seus Anexos.

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

13.5. Será desclassificada a Proposta Técnica que:

a) não atender às exigências do Edital e de seus Anexos;

b) não alcançar, somadas todas as etapas, a nota mínima de 50 (cinquenta) pontos;

c) obtiver pontuação 0,00 (zero) em quaisquer dos quesitos.

14. DA PONTUAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇO

14.1. A Proposta de Preços será pontuada da seguinte forma:

14.1.1. Desconto (em percentual) a ser concedido sobre os CUSTOS INTERNOS, baseados na Tabela do SINAPRO/SP:

a) Desconto inferior a 20% = Nota Zero;

b) Desconto igual ou superior a 20%: Nota = 0,8 x Desconto;

c) Desconto igual ou superior a 60%: Nota = 0,9 x Desconto.

14.1.2. Honorários (em percentual) a serem cobrados da Câmara Municipal de Santos, incidentes sobre os custos comprovados de outros serviços, cuja produção seja incumbida a terceiros sob a supervisão da licitante, e não lhe enseje o desconto de Agência:

a) Honorário superior a 10%: Nota = Zero;

b) Honorário igual ou inferior a 10%: Nota = 4 x (10 – honorário).

14.2. A nota de cada proposta de preços será obtida mediante o somatório das notas dos subitens 14.1.1 e 14.1.2 sendo considerada como proposta de menor preço aquela que obtiver o maior somatório das notas de preços.

14.2.1. As propostas comerciais serão classificadas pela ordem decrescente de preços propostos, representados



CÂMARA MUNICIPAL DE SANTOS

SECRETARIA DE PLANEJAMENTO E FINANÇAS

CONCORRÊNCIA Nº 01/2024 - PROCESSO Nº 1443/2022

pelo somatório das notas atribuídas nos subitens 14.1.1 e 14.1.2.

14.2.2. Será desclassificada a Proposta de Preços que apresentar preços baseados em outra Proposta ou que contiver quaisquer itens condicionantes para a entrega dos serviços.

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

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

15. DO JULGAMENTO FINAL DAS PROPOSTAS TÉCNICAS E DE PREÇO

15.1. Será classificada como vencedora a licitante que obtiver maior número de pontos, somada a pontuação obtida no julgamento da Proposta Técnica (máximo 70 pontos) e julgamento da Proposta de Preços (máximo 30 pontos).

15.2. A classificação das propostas será feita de acordo com a média ponderada das valorizações das propostas técnicas e de preço, de acordo com os pesos estabelecidos neste Edital e seus Anexos, mediante a aplicação da seguinte fórmula:

$$\text{Nota Final} = \frac{(\text{Nota técnica} \times 0,70) + (\text{Nota de preços} \times 0,30)}{10}$$

10

15.3. A classificação das propostas será feita em ordem decrescente considerando os valores das Notas Finais.

16. DA ENTREGA E FORMA DE APRESENTAÇÃO DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

16.1. Os Documentos de Habilitação deverão ser entregues à Comissão de Contratação **apenas** pelas licitantes classificadas no julgamento final das Propostas Técnica e de Preço, em dia, hora e local por ela estipulados.

16.2. Os Documentos deverão estar acondicionados no Invólucro nº 5, que deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

COMISSÃO DE CONTRATAÇÃO DA CÂMARA MUNICIPAL DE SANTOS

INVÓLUCRO Nº 05

DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

CONCORRÊNCIA Nº 01/2024

NOME EMPRESARIAL DA LICITANTE

CNPJ DA LICITANTE

16.2.1. Invólucro nº 5 será providenciado pela licitante e pode ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até sua abertura.

16.3. Os Documentos de Habilitação deverão ter todas as suas páginas numeradas e rubricadas por representante legal da licitante, e deverão ser apresentados todos os documentos em original ou por qualquer processo de cópia autenticada por Cartório competente ou por servidor da Administração, por publicação em órgão de imprensa oficial, ou em cópia simples, desde que acompanhada do respectivo original para conferência pelos membros da Comissão de Contratação, ou ainda, extraídos via internet, sujeitos à consulta.

16.3.1. Só serão aceitas cópias legíveis que ofereçam condições de análise por parte da Comissão de Contratação.

16.4. Os documentos serão apresentados, preferencialmente, em ordem sequencial por item de habilitação, de modo



CÂMARA MUNICIPAL DE SANTOS

SECRETARIA DE PLANEJAMENTO E FINANÇAS

CONCORRÊNCIA Nº 01/2024 - PROCESSO Nº 1443/2022

a facilitar a análise.

16.5. A documentação para comprovação da **HABILITAÇÃO JURÍDICA** consiste em:

16.5.1. Sociedade empresária, sociedade limitada unipessoal – SLU ou sociedade identificada como empresa individual de responsabilidade limitada - EIRELI: inscrição do ato constitutivo, estatuto ou contrato social no Registro Público de Empresas Mercantis, a cargo da Junta Comercial da respectiva sede, acompanhada de documento comprobatório de seus administradores;

16.5.2. Sociedade empresária estrangeira: portaria de autorização de funcionamento no Brasil, publicada no Diário Oficial da União e arquivada na Junta Comercial da unidade federativa onde se localizar a filial, agência, sucursal ou estabelecimento, a qual será considerada como sua sede.

16.5.3 Sociedade simples: inscrição do ato constitutivo no Registro Civil de Pessoas Jurídicas do local de sua sede, acompanhada de documento comprobatório de seus administradores;

16.5.4 Filial, sucursal ou agência de sociedade simples ou empresária: inscrição do ato constitutivo da filial, sucursal ou agência da sociedade simples ou empresária, respectivamente, no Registro Civil das Pessoas Jurídicas ou no Registro Público de Empresas Mercantis onde opera, com averbação no Registro onde tem sede a matriz

16.5.5 Sociedade cooperativa: ata de fundação e estatuto social, com a ata da assembleia que o aprovou, devidamente arquivado na Junta Comercial ou inscrito no Registro Civil das Pessoas Jurídicas da respectiva sede, além do registro de que trata o art. 107 da Lei nº 5.764, de 16 de dezembro 1971.

16.6. Os documentos apresentados deverão estar acompanhados de todas as alterações ou da consolidação respectiva.

16.7. A documentação para comprovação da **HABILITAÇÃO FISCAL, SOCIAL E TRABALHISTA** consiste em:

16.7.1. Prova de inscrição no Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas ou no Cadastro de Pessoas Físicas, conforme o caso;

16.7.2. Prova de regularidade fiscal perante a Fazenda Nacional, mediante apresentação de certidão expedida conjuntamente pela Secretaria da Receita Federal do Brasil (RFB) e pela Procuradoria-Geral da Fazenda Nacional (PGFN), referente a todos os créditos tributários federais e à Dívida Ativa da União (DAU) por elas administrados, inclusive aqueles relativos à Seguridade Social, nos termos da Portaria Conjunta nº 1.751, de 02 de outubro de 2014, do Secretário da Receita Federal do Brasil e da Procuradora-Geral da Fazenda Nacional.

16.7.3. Prova de regularidade com o Fundo de Garantia do Tempo de Serviço (FGTS);

16.7.4. Prova de inexistência de débitos inadimplidos perante a Justiça do Trabalho, mediante a apresentação de certidão negativa ou positiva com efeito de negativa, nos termos do Título VII-A da Consolidação das Leis do Trabalho, aprovada pelo Decreto-Lei nº 5.452, de 1º de maio de 1943;

16.7.5. Prova de inscrição no cadastro de contribuintes estadual e/ou municipal, se houver, relativo ao domicílio ou sede do licitante, pertinente ao seu ramo de atividade e compatível com o objeto contratual;

16.7.6. Prova de regularidade com a Fazenda Municipal do domicílio ou sede do licitante, relativa à atividade em cujo exercício contrata ou concorre.

16.8. Caso o prestador seja considerado isento de tributos relacionados ao objeto contratual, deverá comprovar tal condição mediante a apresentação de declaração da Fazenda respectiva do seu domicílio ou sede, ou outra equivalente, na forma da lei.

16.9. A apresentação do Certificado de Registro Cadastral, expedido pela Seção de Apoio Técnico de Licitações - SALIC, da Prefeitura Municipal de Santos, no ramo de atividade compatível com o objeto deste Pregão Eletrônico, é facultativa e dispensa o licitante da apresentação dos documentos mencionados nas alíneas “16.7.1”, “16.7.3” e “16.7.4”



CÂMARA MUNICIPAL DE SANTOS

SECRETARIA DE PLANEJAMENTO E FINANÇAS

CONCORRÊNCIA Nº 01/2024 - PROCESSO Nº 1443/2022

deste ato convocatório, obrigando-se a parte a declarar, sob as penalidades legais, a superveniência de fato impeditivo da habilitação.

16.10. Os documentos relativos à **QUALIFICAÇÃO TÉCNICA** consistem em:

16.10.1. Certificado de qualificação técnica emitido pelo Conselho Executivo de Normas-Padrão – CENP (art. 4º da Lei nº 12.232/10) ou por entidade equivalente (se houver), legalmente reconhecida como fiscalizadora e certificadora das condições técnicas das agências de propaganda;

16.10.2. 01 Atestado, no mínimo, expedido por pessoas jurídicas de direito público ou privado comprovando a realização de serviços pertinentes e compatíveis/similares ao do objeto desta licitação;

16.10.3. Comprovação de que a licitante dispõe de pessoal técnico especializado para o atendimento do objeto da licitação, com descrição do perfil da equipe ou equipes que atenderão a Câmara Municipal de Santos.

16.10.3.1. A comprovação acima mencionada também poderá ser realizada através de cópia da carteira de trabalho (CTPS), do contrato social do licitante, do contrato de prestação de serviço ou, ainda, de declaração de contratação futura do profissional detentor do atestado apresentado, desde que acompanhada da anuência deste.

16.10.4. Declaração expressa de que a licitante possui condições operacionais de funcionamento, dispondo de estrutura técnico-administrativa capaz de garantir a prestação dos serviços licitados.

16.11. Os atestados deverão ser apresentados em papel timbrado do emitente ou conter razão social, CNPJ, endereço, telefone e ser firmados pelos responsáveis legais.

16.12. A documentação para comprovação da **QUALIFICAÇÃO ECONÔMICO-FINANCEIRA** consiste em:

16.12.1. Certidão negativa de falência expedida pelo distribuidor da sede do fornecedor - Lei nº 14.133, de 2021, art. 69, *caput*, inciso II);

16.12.2. Balanço patrimonial, demonstração de resultado de exercício e demais demonstrações contábeis dos 2 (dois) últimos exercícios sociais, comprovando:

16.12.2.1. índices de Liquidez Geral (LG), Liquidez Corrente (LC), e Solvência Geral (SG) superiores a 1 (um);

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

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

16.12.2.4. Os documentos referidos acima deverão ser exigidos com base no limite definido pela Receita Federal do Brasil para transmissão da Escrituração Contábil Digital - ECD ao Sped.

16.12.3. Caso a empresa licitante apresente resultado inferior ou igual a 1 (um) em qualquer dos índices de Liquidez Geral (LG), Solvência Geral (SG) e Liquidez Corrente (LC), será exigido para fins de habilitação patrimônio líquido mínimo de até 10% do valor total estimado da contratação.

16.12.4. As empresas criadas no exercício financeiro da licitação deverão atender a todas as exigências da habilitação e poderão substituir os demonstrativos contábeis pelo balanço de abertura. (Lei nº 14.133, de 2021, art. 65, §1º).

16.12.5. O atendimento dos índices econômicos previstos neste item deverá ser atestado mediante declaração assinada por profissional habilitado da área contábil, apresentada pelo prestador.

16.13. DOCUMENTOS COMPLEMENTARES

16.13.1. Declaração da licitante de que está ciente e concorda com as condições contidas no edital e seus anexos,



CÂMARA MUNICIPAL DE SANTOS

SECRETARIA DE PLANEJAMENTO E FINANÇAS

CONCORRÊNCIA Nº 01/2024 - PROCESSO Nº 1443/2022

bem como de que a proposta apresentada compreende a integralidade dos custos para atendimento dos direitos trabalhistas assegurados na Constituição Federal, nas leis trabalhistas, nas normas infra legais, nas convenções coletivas de trabalho e nos termos de ajustamento de conduta vigentes na data de sua entrega em definitivo e que cumpre plenamente os requisitos de habilitação definidos no instrumento convocatório, conforme modelo constante do Anexo III.

16.13.2. Declaração da licitante de que não emprega menor de 18 anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre e não emprega menor de 16 anos, salvo menor, a partir de 14 anos, na condição de aprendiz, nos termos do artigo 7º, XXXIII, da Constituição e que não possui empregados executando trabalho degradante ou forçado, observando o disposto nos incisos III e IV do art. 1º e no inciso III do art. 5º da Constituição Federal, conforme modelo constante do Anexo IV.

16.13.3. Declaração de Microempresa ou Empresa de Pequeno Porte, conforme modelo constante no Anexo VI, se for o caso.

16.13.4. Declaração de que a proposta compreende a integralidade dos custos para atendimento dos direitos trabalhistas assegurados na Constituição Federal, nas leis trabalhistas, nas normas infralegais, nas convenções coletivas de trabalho e nos termos de ajustamento de conduta vigentes na data de sua entrega, conforme Anexo VII.

16.13.5. Declaração da licitante de que cumpre as exigências de reserva de cargos para pessoa com deficiência e para reabilitado da Previdência Social, previstas em lei e em outras normas específicas, conforme modelo constante do Anexo VIII.

17. ANÁLISE DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

17.1. Como condição prévia ao exame da documentação de habilitação, a Comissão de Contratação verificará se o licitante provisoriamente classificado em primeiro lugar atende às condições de participação no certame, conforme previsto no art. 14 da Lei nº 14.133/2021, legislação correlata e no item 4.2 do Edital, especialmente quanto à existência de sanção que impeça a participação no certame ou a futura contratação, mediante a consulta aos seguintes cadastros:

a) Cadastro Nacional de Empresas Inidôneas e Suspensas – CEIS, mantido pela Controladoria Geral da União; (<https://portaldatransparencia.gov.br/sancoes/consulta?ordenarPor=nomeSancionado&direcao=asc>);

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

c) Lista de Inidôneos, mantida pelo Tribunal de Contas da União – TCU (<https://contas.tcu.gov.br/ords/f?p=704144:3:2646778253241::NO:3,4,6::>);

d) Pesquisa de apenados no TCE/SP (<https://www.tce.sp.gov.br/pesquisa-na-relacao-de-apanados>);

e) Pesquisa de sancionados da Câmara Municipal de Santos, disponível no Portal da Transparência - <https://s2.asp.srv.br/etransparencia.cm.santos.sp/servlet/wpcontratocompraconsulta>

17.1.1. A consulta aos cadastros será realizada em nome da empresa licitante e também de seu sócio majoritário, por força da vedação de que trata o artigo 12 da Lei nº 8.429, de 1992.

17.1.2. Caso a Comissão de Contratação não logre êxito em obter a certidão correspondente através do sítio oficial, ou na hipótese de se encontrar vencida no referido sistema, o licitante será convocado a encaminhar documento válido que comprove o atendimento das exigências deste Edital, sob pena de inabilitação, ressalvado o disposto quanto à comprovação da regularidade fiscal e trabalhista das licitantes qualificadas como microempresas ou empresas de pequeno porte, conforme preceitua o art. 43, § 1º da Lei Complementar nº 123/2006.



CÂMARA MUNICIPAL DE SANTOS

SECRETARIA DE PLANEJAMENTO E FINANÇAS

CONCORRÊNCIA Nº 01/2024 - PROCESSO Nº 1443/2022

17.1.3. No caso de existência de apontamentos nas certidões contidas nas alíneas “a”, “b”, “c”, “d” e “e”, do item 17.1, serão adotados os seguintes critérios:

a) No caso das sanções previstas no artigo 156, I e II da Lei n.º 14.133/2021, tal apontamento não será utilizado como critério de inabilitação;

b) No caso da sanção prevista no artigo 156, III da Lei n.º 14.133/2021, tal apontamento será utilizado como critério de inabilitação, se a sanção tiver sido aplicada por qualquer órgão da Administração Pública Direta ou Indireta do Município de Santos;

c) No caso da sanção prevista no artigo 156, IV da Lei n.º 14.133/2021, tal apontamento será utilizado como critério de inabilitação.

17.2. Após a verificação prevista no item anterior, a Comissão de Contratação verificará a documentação de habilitação do licitante conforme disposições do edital.

17.3. Os documentos exigidos para habilitação, quando obtidos via Internet, somente terão validade após serem conferidos eletronicamente pela Comissão de Contratação no ato de abertura da documentação de habilitação, prevalecendo, quando divergentes em relação à data, aqueles constantes da conferência eletrônica, ficando assim, dispensados de autenticação.

17.4. A Comissão de Contratação não se responsabiliza por eventuais problemas de acesso à internet que impossibilitem a conferência eletrônica do documento.

17.5. Os documentos que não possuírem prazo de validade somente serão aceitos com data não excedente a 180 (cento e oitenta) dias anteriores à data prevista para apresentação da documentação, exceto atestados de capacidade técnica.

17.6. O licitante que participar do certame declarando que cumpre com os requisitos de habilitação e não os cumprir será inabilitado e estará sujeito às penalidades previstas neste ato convocatório.

17.7. Constituem motivos para a inabilitação do licitante:

a) a não apresentação da documentação exigida para habilitação no prazo estabelecido neste ato convocatório ou em prazo estipulado pela Comissão de Contratação;

b) a apresentação de documentos com prazo de validade vencido, salvo às microempresas e empresas de pequeno porte, nos termos da Lei Complementar nº 123/2006;

c) a substituição de documentos exigidos para habilitação por protocolos de requerimento de certidão;

d) o não cumprimento dos requisitos de habilitação;

e) deixarem de responder às diligências, no prazo estabelecido, quando solicitadas;

f) as demais circunstâncias descritas expressamente neste Edital.

17.8. Todos os documentos deverão estar em nome da licitante. Se a licitante for matriz, os documentos deverão estar com o número do CNPJ da matriz. Se for filial, deverão estar com o número do CNPJ da filial, salvo aqueles que, por sua natureza, comprovadamente, são emitidos em nome da matriz.

17.8.1. Nos casos em que o licitante desejar que um de seus estabelecimentos, que não o participante do certame, execute o futuro contrato deverão ser atendidos os seguintes requisitos:

a) que no ato constitutivo da matriz do licitante conste expressamente a filial; e

b) que o licitante informe por escrito que o objeto será executado pela filial, quando, então, deverá ser comprovada a regularidade fiscal de ambos os estabelecimentos, com a apresentação das certidões e documentos necessários.

17.9. A prova de regularidade deverá ser feita por certidão negativa ou certidão positiva com efeitos de negativa.

17.9.1. Considera-se positiva com efeitos de negativa a certidão em que conste a existência de créditos não



CÂMARA MUNICIPAL DE SANTOS

SECRETARIA DE PLANEJAMENTO E FINANÇAS

CONCORRÊNCIA Nº 01/2024 - PROCESSO Nº 1443/2022

vencidos, em curso de cobrança executiva com penhora efetivada e/ou cuja exigibilidade esteja suspensa por medidas administrativas ou judiciais.

17.10. Em nenhuma hipótese será concedido prazo para apresentação de documentos de habilitação que não tiverem sido entregues no momento e prazo próprios, bem como não será permitida documentação incompleta, protocolo ou quaisquer outras formas de comprovação que não sejam as exigidas neste ato convocatório, exceção feita às microempresas e empresas de pequeno porte, nos termos da Lei Complementar nº 123/2006. Também, não serão aceitas certidões que contenham ressalvas de que "não são válidas para fins licitatórios".

a) Os documentos solicitados como documentação complementar ou na realização de diligências serão aceitos como entregues no momento e prazos próprios.

17.11. Caso as certidões ou os documentos não sejam suficientes à comprovação da regularidade do licitante, este estará imediatamente inabilitado para o presente procedimento licitatório, além de sofrer as penalidades previstas no ato convocatório e na legislação pertinente, exceção feita às microempresas e empresas de pequeno porte, nos termos dos artigos 42 e 43 da Lei Complementar nº 123/2006.

17.12. A não regularização da documentação pelas microempresas e empresas de pequeno porte no prazo previsto no § 1º do art. 43 da Lei Complementar nº 123/06, implicará decadência do direito à contratação, sem prejuízo das sanções previstas no presente Edital.

17.13. Não serão aceitos protocolos de entrega ou solicitação de documento em substituição aos documentos requeridos no presente Edital.

17.14. Uma vez incluído no processo licitatório, nenhum documento será devolvido, salvo se original, após ser substituído por cópia reprográfica autenticada, ou tratar-se dos envelopes de licitantes inabilitadas.

18. DO PROCESSAMENTO E JULGAMENTO DO PROCEDIMENTO LICITATÓRIO

18.1. A licitação será processada e julgada de acordo com as Leis Federais nº. 12.232/2010 e 14.133/2021, observando-se as disposições aplicáveis à licitação do tipo TÉCNICA E PREÇO.

18.2. Esta Concorrência será processada e julgada pela Comissão de Contratação, com exceção da análise e julgamento das Propostas Técnicas que será feito pela Subcomissão Técnica.

18.3. Os integrantes da Subcomissão Técnica não poderão participar das sessões de recebimento e abertura dos envelopes com as Propostas Técnica e de Preços.

18.4. Serão realizadas 4 (quatro) sessões públicas, observados os procedimentos previstos neste Edital e na legislação, das quais serão lavradas atas circunstanciadas dos atos e fatos dignos de registro, assinadas pelos membros da Comissão de Contratação e pelos representantes das licitantes presentes.

18.5. PRIMEIRA SESSÃO

18.5.1. A Primeira Sessão pública será realizada no dia, hora e local previstos no preâmbulo deste Edital e terá a seguinte pauta inicial:

a) identificar os representantes das licitantes;

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

c) conferir se esses envelopes estão em conformidade com as disposições deste Edital e seus anexos;

d) rubricar, no fecho, sem abrir, os envelopes nº 2 e nº 4, que permanecerão fechados sob a guarda e responsabilidade da Comissão de Contratação, e separá-los dos envelopes nº 1 e nº 3;

e) conferir se o invólucro nº 1 apresenta em sua parte externa alguma menção que identifique o licitante, fato que impedirá a Comissão de Contratação de receber todos os outros invólucros dessa licitante;



CÂMARA MUNICIPAL DE SANTOS

SECRETARIA DE PLANEJAMENTO E FINANÇAS

CONCORRÊNCIA Nº 01/2024 - PROCESSO Nº 1443/2022

- f) abrir os invólucros nº 1 e nº 3;
- g) retirar o conteúdo do invólucro nº 1 e nº 3;
- h) rubricar o conteúdo do invólucro nº 3, cujos documentos serão rubricados pelos membros da Comissão de Contratação e pelos representantes das licitantes presentes ou por comissão por eles indicada;
- i) colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame, os documentos que constituem os envelopes de nº 1 e nº 3;
- j) informar que, através de publicação no Diário Oficial do Município, as licitantes serão convocadas para a próxima sessão, quando haverá a divulgação do julgamento das Propostas Técnicas.

18.5.2. Finalizada a Primeira Sessão, a Comissão de Contratação encaminhará os INVÓLUCROS de nº 1, com as VIAS NÃO IDENTIFICADAS do Plano de Comunicação Publicitária à Subcomissão Técnica que efetuará os seguintes procedimentos:

18.5.2.1. Análise individualizada e julgamento, de acordo com os critérios especificados neste Edital;

18.5.2.2. Elaboração e encaminhamento, à Comissão de Contratação, da ata de julgamento dos Planos de Comunicação Publicitária, de planilha com as pontuações e de justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso.

18.5.3. Uma vez recebida a ata de julgamento dos Planos de Comunicação Publicitária, a Comissão de Contratação encaminhará os INVÓLUCROS de nº 3, com a Capacidade de Atendimento, o Repertório e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação à Subcomissão Técnica, que efetuará os seguintes procedimentos:

18.5.3.1. Análise individualizada e julgamento da Capacidade de Atendimento, do Repertório e dos Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, de acordo com os critérios especificados neste Edital;

18.5.3.2. Elaboração e encaminhamento à Comissão de Contratação, da ata de julgamento das Propostas referentes à Capacidade de Atendimento, ao Repertório e aos Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, de planilha com as pontuações e de justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso.

18.5.4. As planilhas/formulários de pontuação conterão, respectivamente, as pontuações de cada membro para cada subquesto do Plano de Comunicação Publicitária de cada licitante e as pontuações de cada membro para os quesitos Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação de cada licitante.

18.5.5. Se houver desclassificação de alguma proposta técnica por descumprimento de disposições do Edital, ainda assim, será atribuída pontuação aos seus quesitos, a ser lançada em planilhas que ficarão acondicionadas em envelope fechado e rubricado no fecho pelos membros da Subcomissão Técnica, até que expirem os prazos para interposição de recursos relativos a essa fase da licitação, exceto nos casos em que o descumprimento resulte na identificação do proponente antes da abertura do envelope nº 02 (VIA IDENTIFICADA do Plano de Comunicação Publicitária).

18.6. SEGUNDA SESSÃO

18.6.1. Após receber as atas de julgamento das Propostas Técnicas (envelopes de nº 1 e nº 3), respectivas planilhas de julgamento e demais documentos elaborados pela Subcomissão Técnica, a Comissão de Contratação convocará as licitantes, através de publicação no Diário Oficial do Município, para participar da segunda sessão pública, com a seguinte pauta básica:

- a) identificar os representantes das licitantes presentes;
- b) abrir o INVÓLUCRO de nº 2;
- c) cotejar as vias não identificadas (invólucro nº 1) com as vias identificadas (invólucro nº 2) do Plano de Comunicação Publicitária, para identificação de sua autoria;



CÂMARA MUNICIPAL DE SANTOS

SECRETARIA DE PLANEJAMENTO E FINANÇAS

CONCORRÊNCIA Nº 01/2024 - PROCESSO Nº 1443/2022

- d) elaborar planilha geral com as pontuações atribuídas a cada um dos quesitos de cada Proposta Técnica;
- e) proclamar o resultado do julgamento geral da Proposta Técnica, registrando-se em ata as propostas desclassificadas e a ordem de classificação;
- f) publicação do resultado do julgamento da proposta técnica, com a indicação dos proponentes desclassificados e da ordem de classificação; e
- g) abertura do prazo para que as licitantes possam recorrer.

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

18.7. TERCEIRA SESSÃO

18.7.1. A Comissão de Contratação convocará as licitantes, através de publicação no Diário Oficial do Município, para participar da terceira sessão pública, com a seguinte pauta básica:

- a) identificar os representantes das licitantes;
- b) abrir o INVÓLUCRO de nº 4, com a Proposta de Preço, cujos documentos serão rubricados pelos membros da Comissão de Contratação e pelos representantes das licitantes presentes ou por comissão por eles indicada;
- c) colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame, os documentos integrantes dos invólucros de nº 4;
- d) analisar o cumprimento, pelas licitantes, das exigências deste Edital para a elaboração das Propostas de Preço e julgá-las de acordo com os critérios nele especificados;
- e) tendo sido julgadas as Propostas de Preços, o Julgamento Final das Propostas será feito de acordo com Nota Final alcançada, sendo a classificação das propostas em ordem decrescente das referidas notas, conforme critério de julgamento estabelecido neste Edital: média ponderada entre as notas da Proposta Técnica e de Preço.
- f) publicação do resultado do julgamento final das propostas, com a indicação dos proponentes desclassificados e da ordem de classificação;
- g) abertura do prazo para que as licitantes possam recorrer.

18.8. QUARTA SESSÃO

18.8.1. A Comissão de Contratação convocará as licitantes, através de publicação no Diário Oficial do Município, para participar da quarta sessão pública, com a seguinte pauta básica:

- a) identificar os representantes das licitantes presentes;
- b) receber e abrir o INVÓLUCRO de nº 5 das licitantes classificadas, cujos documentos serão rubricados pelos membros da Comissão de Contratação e pelos representantes das licitantes presentes ou por comissão por eles indicada;
- c) analisar a conformidade dos Documentos de Habilitação com as condições estabelecidas neste Edital e na legislação em vigor;
- d) colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame, os documentos integrantes dos invólucros nº 5;
- e) informar o resultado de habilitação e declarar a licitante vencedora;
- f) se todos os representantes das licitantes estiverem presentes à sessão e de acordo com o RESULTADO FINAL, podem registrar em ata a renúncia de recurso, decaindo assim, o prazo recursal. Sendo assim, a Comissão de Contratação publicará no Diário Oficial do Município o resultado final da licitação com o nome da licitante vencedora.
- g) Caso não estiverem presentes à sessão todos os representantes das licitantes ou não haja unanimidade de



CÂMARA MUNICIPAL DE SANTOS

SECRETARIA DE PLANEJAMENTO E FINANÇAS

CONCORRÊNCIA Nº 01/2024 - PROCESSO Nº 1443/2022

renúncia de recurso contra o resultado de Habilitação, a Comissão de Contratação informará que o RESULTADO DE HABILITAÇÃO e RESULTADO FINAL serão publicados no Diário Oficial do Município, com a indicação dos proponentes HABILITADOS e INABILITADOS, abrindo-se prazo recursal.

18.9. Após exame das Propostas de Preços, de acordo com os critérios estabelecidos neste Edital, a classificação das propostas será feita de acordo com a média ponderada das valorizações das propostas técnicas e de preço, de acordo com os pesos preestabelecidos neste Edital.

18.10. Uma vez habilitada, a licitante com proposta classificada com a maior nota final será considerada vencedora do certame.

18.11. Ocorrendo o empate previsto no § 1º do art. 44 da Lei Complementar nº 123/2006, será assegurada a preferência da microempresa e empresa de pequeno porte, em conformidade com os subitens que seguem.

18.11.1. Entende-se como empate aquelas situações em que as propostas apresentadas pela microempresa e pela empresa de pequeno porte, sejam iguais ou superiores em até 10% (dez por cento) à proposta de menor valor.

18.11.2. Ocorrendo o empate, na forma do item anterior, proceder-se-á da seguinte forma:

a) a microempresa ou a empresa de pequeno porte detentora da proposta de menor valor será convocada para apresentar, no prazo de 03 (três) dias úteis, nova proposta, inferior àquela considerada, até então, de menor preço, situação em que será declarada vencedora da licitação;

b) se a microempresa ou a empresa de pequeno porte convocada na forma da alínea anterior, não apresentar nova proposta, será facultada, pela ordem de classificação, às demais microempresas ou empresas de pequeno porte remanescentes, que se enquadrarem na hipótese do subitem 18.11.1 deste Edital, a apresentação de nova proposta, no prazo previsto na alínea 'a' deste subitem.

18.11.3. Se nenhuma microempresa ou empresa de pequeno porte satisfizer as exigências do item 18.11 deste Edital, será declarado vencedora a licitante detentora da proposta originariamente de menor valor.

18.11.4. O disposto no item 18.11 deste Edital não se aplica às hipóteses em que a proposta de menor valor inicial tiver sido apresentada por microempresa ou empresa de pequeno porte.

18.11.5. A obtenção do benefício fica limitada às microempresas e às empresas de pequeno porte que, no ano-calendário de realização da licitação, ainda não tenham celebrado contratos com a Administração Pública cujos valores somados extrapolem a receita bruta máxima admitida para fins de enquadramento como empresa de pequeno porte, conforme art. 4º, § 2º, da Lei nº 14.133/2021.

18.12. A abertura dos envelopes de propostas e habilitação ocorrerá sempre em sessão pública, com a devida divulgação. O exame da documentação de Propostas e de Habilitação poderão correr em sessão pública ou em sessão privativa da Comissão de Contratação.

18.13. Todas as propostas e documentos de habilitação serão rubricados pela Comissão de Contratação e pelos representantes das licitantes presentes na sessão.

18.14. A publicação dos resultados de Julgamento de Propostas Técnicas, Propostas de Preços e de Habilitação será efetuada na imprensa oficial, salvo se presentes todos os licitantes no ato em que foi adotada a decisão quando poderá ser feita por comunicação direta aos interessados, sendo registrada em ata.

18.15. A Comissão de Contratação poderá marcar data de reunião especificamente para divulgação de resultados de julgamento de propostas e de habilitação, solicitando o comparecimento de todos os licitantes, a fim de agilizar o processo, com abreviação dos prazos de recursos.

19. COMISSÃO DE CONTRATAÇÃO E SUBCOMISSÃO TÉCNICA

19.1. Esta Concorrência será processada e julgada pela Comissão de Contratação, com exceção da análise e



CÂMARA MUNICIPAL DE SANTOS

SECRETARIA DE PLANEJAMENTO E FINANÇAS

CONCORRÊNCIA Nº 01/2024 - PROCESSO Nº 1443/2022

juízo das Propostas Técnicas, na forma do art. 10 da Lei nº 12.232/2010.

19.2. As Propostas Técnicas serão analisadas e julgadas por intermédio de uma Subcomissão Técnica, constituída nos termos do artigo 10 e parágrafos da Lei Federal nº 12.232/2010.

19.3. A Subcomissão Técnica mencionada no subitem anterior será composta por 03 (três) membros titulares e 03 (três) membros suplentes, nomeados pela Portaria nº 269/2023, ou outra que vier a substituí-la, escolhidos na forma do artigo 10 da Lei Federal nº 12.232/2010.

a) A Subcomissão Técnica fará a análise individualizada e julgamento dos documentos que compõem o invólucro nº 01 - PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – VIA NÃO IDENTIFICADA, desclassificando as que desatenderem as exigências legais ou os termos deste Edital.

b) A Subcomissão Técnica elaborará planilhas com as pontuações de cada um dos Planos de Comunicação Publicitária para os quesitos estabelecidos no item 13 deste Edital, apresentando justificativas escritas das razões que as fundamentaram em cada caso.

c) A Subcomissão Técnica elaborará a Ata de Julgamento do Plano de Comunicação Publicitária e encaminhará à Comissão de Contratação, juntamente com as propostas técnicas analisadas e com as planilhas de pontuações.

d) A Subcomissão Técnica fará a análise individualizada e julgamento dos documentos que compõem o invólucro nº 03 – CONJUNTO DE INFORMAÇÕES REFERENTES À LICITANTE, desclassificando as que desatenderem as exigências legais ou os termos deste Edital.

e) A Subcomissão Técnica elaborará planilhas com as pontuações de cada um dos licitantes para os quesitos estabelecidos no item 13 deste Edital, apresentando justificativas escritas das razões que as fundamentaram em cada caso.

f) A Subcomissão Técnica elaborará a Ata de Julgamento dos documentos que compõem o envelope nº 03 – CONJUNTO DE INFORMAÇÕES REFERENTES À LICITANTE e encaminhará à Comissão de Contratação, juntamente com as propostas técnicas analisadas e com as planilhas de pontuações.

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

h) Se a Subcomissão Técnica verificar a existência de informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que identifique a autoria da proposta técnica em momento anterior à abertura do Invólucro nº 02, e que não tenha sido constatado antes pela Comissão de Contratação e/ou pelos licitantes que a rubricaram, deverá registrar o fato em ata, a fim de que a Comissão de Contratação adote as providências cabíveis ao caso.

20. DOS RECURSOS

20.1. A interposição de recurso referente ao julgamento das propostas, à habilitação ou inabilitação de licitantes, à anulação ou revogação da licitação, observará o disposto no artigo 165, da Lei nº 14.133/2021 e suas alterações.

20.2. O prazo recursal é de 03 (três) dias úteis, contados da data de intimação ou de lavratura da ata.

20.3. O recurso deverá ser escrito em vias físicas, direcionados à Comissão de Contratação, e devidamente protocolado junto à Sala da Comissão de Contratação, situada na Praça Tenente Mauro Batista de Miranda, nº 01 – Vila Nova, Santos/SP, nos termos e prazo estabelecidos. **Não será admitido recurso por correio eletrônico (e-mail).**

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

20.5. Quando o recurso impugnar o julgamento das propostas ou o ato de habilitação ou inabilitação do licitante:

20.5.1. Qualquer licitante poderá, de forma imediata, após o término do julgamento das propostas e do ato de



CÂMARA MUNICIPAL DE SANTOS

SECRETARIA DE PLANEJAMENTO E FINANÇAS

CONCORRÊNCIA Nº 01/2024 - PROCESSO Nº 1443/2022

habilitação ou inabilitação, manifestar sua intenção de recorrer, sob pena de preclusão.

20.5.2. As razões do recurso deverão ser apresentadas no prazo legal, contado a partir da data de intimação ou de lavratura da ata.

20.5.3. O prazo para apresentação de contrarrazões ao recurso pelos demais licitantes será de 03 (três) dias úteis, contados da data da intimação pessoal ou da divulgação da interposição do recurso, assegurada a vista imediata dos elementos indispensáveis à defesa de seus interesses.

20.5.4. O recurso será dirigido à autoridade que tiver editado o ato ou proferido a decisão recorrida, a qual terá o prazo de 03 (três) dias úteis para apreciação. Posteriormente, o recurso será encaminhado com a sua motivação à autoridade superior, a qual deverá proferir sua decisão no prazo de 10 (dez) dias úteis, contado do recebimento dos autos.

20.6. O acolhimento do recurso invalida tão somente os atos insuscetíveis de aproveitamento.

20.7. O recurso e o pedido de reconsideração terão efeito suspensivo do ato ou da decisão recorrida até que sobrevenha decisão final da autoridade competente.

20.8. Os resultados de todas as fases da presente Concorrência serão publicados na Imprensa Oficial. Bem assim, serão disponibilizados na página da Câmara Municipal de Santos na Internet, no seguinte endereço eletrônico: <https://www.camarasantos.sp.gov.br/concorrencia>.

21. ADJUDICAÇÃO E HOMOLOGAÇÃO

21.1. Encerradas as fases de julgamento e habilitação, e exauridos os recursos administrativos, o processo licitatório será encaminhado à autoridade superior para adjudicar o objeto e homologar o procedimento, observado o disposto no art. 71 da Lei nº 14.133/2021.

21.2. O ato homologatório será publicado na Imprensa Oficial. E será disponibilizado na página da Câmara Municipal de Santos, no seguinte endereço eletrônico: <https://www.camarasantos.sp.gov.br/concorrencia>.

21.3. O objeto da presente licitação será adjudicado à primeira classificada (licitante vencedora), na ordem decrescente de pontuação.

22. DA FORMALIZAÇÃO DO CONTRATO

22.1. Após a homologação do resultado desta concorrência, o licitante vencedor será convocado para assinar o instrumento de contrato, dentro do prazo de 10 (dez) dias úteis, a contar da data do recebimento da comunicação por meio de ofício ou correio eletrônico, sob pena de decair o direito à contratação, sem prejuízo das sanções legais.

22.1.1. A adjudicatária deverá fornecer cópias da carteira de identidade (ou equivalente) e do cartão de identificação no Cadastro Geral de Contribuintes do Ministério da Fazenda (CPF) do representante legal da empresa designado para assinatura do contrato, devendo apresentar, também, o instrumento de mandato, com poderes específicos, na hipótese de ser o contrato assinado por procurador.

22.1.2. O não comparecimento da adjudicatária, no prazo concedido para assinar o contrato implicará na decadência do direito à contratação e incidência de multa de 10% (dez por cento) sobre o valor total do contrato, bem como à imediata perda da garantia de proposta em favor da Câmara Municipal, além de sujeitá-la a outras sanções previstas na Lei nº 14.133/2021, como também às previstas neste ato convocatório.

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



CÂMARA MUNICIPAL DE SANTOS

SECRETARIA DE PLANEJAMENTO E FINANÇAS

CONCORRÊNCIA Nº 01/2024 - PROCESSO Nº 1443/2022

22.2. Quando o licitante convocado não assinar o contrato no prazo e condições estabelecidas neste edital, a Administração poderá convocar outro licitante, após negociações e verificação da adequação da proposta e das condições de habilitação, obedecida a ordem de classificação, conforme procedimento descrito no art. 90, §2º e §4º, da Lei nº 14.133/21, sem prejuízo da aplicação das sanções previstas neste edital, exceto aos licitantes convocados nos termos do §6º deste mesmo artigo mencionado.

22.3. Decorrido o prazo de validade da proposta sem convocação para assinar o contrato, ficam os licitantes liberados dos compromissos assumidos.

22.4. Como condição para celebração do contrato ou instrumento equivalente, será verificada se o licitante vencedor mantém as mesmas condições de habilitação, conforme art. 91, §4º da Lei nº 14.133/21.

22.5. Farão parte integrante do contrato o presente edital e seus anexos, bem como os documentos constantes do processo e que tenham servido de base para a presente licitação.

22.6. O contrato se regerá pela Lei nº 12.232/2010, pelas cláusulas e disposições nele constantes, pelas demais disposições constantes do presente Edital, pelas disposições subsidiárias contidas na Lei nº 14.133/21, bem como pelas demais disposições legais aplicáveis à espécie do objeto da presente licitação, por mais especiais que sejam e mesmo que no Edital ou no contrato ou instrumento equivalente não mencionadas.

23. CONDIÇÕES CONTRATUAIS

23.1. As demais condições contratuais, como vigência, forma de pagamento, recebimento, direitos e responsabilidades das partes, reajuste, rescisão e outras, constam na minuta de contrato anexa a este ato convocatório, do qual é parte integrante.

24. DAS CONDIÇÕES DE EXECUÇÃO DO OBJETO

24.1. Os serviços deverão ser executados e entregues conforme venham a ser solicitados pela Câmara Municipal de Santos, no prazo estabelecido na ordem de execução de serviços, a contar de sua emissão.

24.2. Todos os serviços a serem prestados pelo licitante contratado deverão ser precedidos da apresentação do competente projeto de apropriação de custos, o qual, após aprovação, gerará a expedição de ordem de execução de serviços.

24.2.1. Para a execução dos serviços, o licitante contratado deverá obter aprovação prévia da Câmara Municipal de Santos, por escrito, inclusive para assumir quaisquer despesas decorrentes do contrato (materiais, bens e serviços), bem como despesas de produção, veiculação e publicidade, mediante amostras, leiautes, provas, pilotos etc, que comprovem efetivamente os aspectos técnicos de produtos/serviços contratados.

24.3. Todos os serviços realizados serão documentados através da apresentação dos respectivos comprovantes de produção/veiculação, cópias das faturas e duplicatas quitadas, emitidas pelos fornecedores e veículos.

24.4. Os serviços serão executados pelo licitante contratado, fornecedores e veículos, sendo permitida a contratação dos serviços complementares e de divulgação necessários ao cumprimento do objeto licitado.

24.5. Somente pessoas físicas ou jurídicas previamente cadastradas pela Câmara Municipal de Santos poderão fornecer ao licitante contratado bens ou serviços especializados relacionados com as atividades complementares da execução do objeto do contrato, nos termos do §1º do art. 2º da Lei no 12.232/2010.

24.6. O fornecimento de bens ou serviços especializados na conformidade do previsto no subitem anterior exigirá sempre a apresentação pela licitante contratada à Câmara Municipal de Santos de 3 (três) orçamentos obtidos no ramo do fornecimento pretendido.



CÂMARA MUNICIPAL DE SANTOS

SECRETARIA DE PLANEJAMENTO E FINANÇAS

CONCORRÊNCIA Nº 01/2024 - PROCESSO Nº 1443/2022

24.6.1. No caso do subitem acima, o licitante contratado procederá à coleta de orçamentos de fornecedores em envelopes fechados, que serão abertos em sessão pública, convocada e realizada sob fiscalização da Câmara Municipal de Santos, sempre que o fornecimento de bens ou serviços tiver valor superior a 0,5% (meio por cento) do valor global do contrato.

24.7. A agência deverá, durante o período de, no mínimo, 5 (cinco) anos após a extinção do contrato, manter acervo comprobatório da totalidade dos serviços prestados e das peças publicitárias produzidas.

24.8. Quanto aos DIREITOS AUTORAIS, serão observadas as seguintes disposições:

a) o licitante contratado cede à Câmara Municipal de Santos, de forma total e definitiva, os direitos patrimoniais de uso de ideias (incluídos os estudos, análises e planos), peças (material gráfico, eletrônico e multimídia), softwares, CDs, composições, arranjos, execução de trilha sonora e jingles, animação, pantomima, publicações editoriais e quaisquer outras assemelhadas, de sua propriedade, concebidas, criadas e produzidas em decorrência deste contrato, ressalvados os direitos de terceiros;

b) a cessão de que trata a alínea anterior "a" será por tempo indeterminado, ficando vedada ao licitante contratado a cobrança de qualquer remuneração adicional ou especial, durante a vigência do contrato e/ou mesmo após o seu término;

c) a Câmara Municipal de Santos poderá, a seu critério, utilizar os direitos cedidos, diretamente ou através de terceiros, com ou sem modificações, após a vigência do contrato, inclusive em caso de rescisão, não cabendo à licitante contratada qualquer espécie de remuneração;

d) a juízo da Câmara Municipal de Santos, as peças criadas pelo licitante contratado poderão ser reutilizadas pela Câmara Municipal de Santos, sem que caiba a ela qualquer ônus perante o contratado;

e) caberá as agências de propaganda com que mantenham contrato, quando couber, efetuar o acordo comercial com os eventuais detentores dos direitos de autor e conexos relacionados com a produção externa das peças;

f) com vistas às contratações para a execução de serviços que envolvam direitos de autor e conexos, o licitante contratado solicitará aos fornecedores orçamentos que prevejam a cessão dos respectivos direitos patrimoniais durante e após a vigência do contrato pela Câmara Municipal de Santos;

g) o licitante contratado utilizará os trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos de autor e conexos dentro dos limites estipulados no respectivo ato de cessão e condicionará a contratação ao estabelecimento, no ato de cessão, orçamento ou contrato, de cláusulas em que o fornecedor garanta a cessão durante e após a vigência do contrato pela Câmara Municipal de Santos;

h) o licitante contratado deverá obter liberação, licenças, permissões e/ou autorizações que lhe permitam a utilização de fotografias, materiais, artes ou qualquer bem, na execução e divulgação dos serviços contratados, responsabilizando-se pela fiel observância dos limites fixados nos documentos acima mencionados e, mantendo a Câmara Municipal de Santos a salvo de todos os pleitos, demandas, despesas, obrigações, processos e inquéritos contra ou envolvendo a Câmara Municipal de Santos como resultado ou decorrência do uso dos mesmos, fora das condições autorizadas;

i) Qualquer remuneração relativa à cessão de direitos autorais de terceiros será considerada como incluída no custo da produção.

25. DAS CONDIÇÕES DE PAGAMENTO

25.1. O pagamento fica condicionado à execução dos serviços e terá as parcelas apuradas mensalmente, que corresponderão aos serviços atestados efetivamente no período de cada mês civil, mediante a apresentação da Nota



CÂMARA MUNICIPAL DE SANTOS

SECRETARIA DE PLANEJAMENTO E FINANÇAS

CONCORRÊNCIA Nº 01/2024 - PROCESSO Nº 1443/2022

Fiscal/Fatura, acompanhada das Notas Fiscais/Faturas emitidas por Fornecedores e Veículos em face da Câmara Municipal de Santos, e atesto do gestor técnico da contratação, designado pela Câmara Municipal de Santos.

25.2. O pagamento será efetuado através de cheque nominal, a ser retirado na Tesouraria, ou depósito em conta bancária, em até 13 (treze) dias, contados da liquidação da despesa, incumbindo à licitante contratada o pagamento dos Fornecedores de Serviços Complementares e Veículos, por ela contratados por ordem e conta da Câmara Municipal de Santos, devendo apresentar comprovante deste pagamento.

25.3. A licitante contratada efetuará o pagamento aos fornecedores e veículos no prazo determinado pela Câmara Municipal de Santos, e sobre ele emitirá relatório comprovando a realização dos pagamentos juntos aos mesmos, para ciência da Câmara Municipal de Santos.

26. DAS INFRAÇÕES ADMINISTRATIVAS E SANÇÕES

26.1. Comete infração administrativa, nos termos da lei, o licitante que, com dolo ou culpa:

26.1.1. Deixar de entregar a documentação exigida para o certame ou não entregar qualquer documento que tenha sido solicitado pelo/a Agente de Contratação durante o certame;

26.1.2. Salvo em decorrência de fato superveniente devidamente justificado, não mantiver a proposta em especial quando:

26.1.2.1. Não enviar a proposta adequada ao último lance ofertado ou após a negociação;

26.1.2.2. Recusar-se a enviar o detalhamento da proposta quando exigível;

26.1.2.3. Pedir para ser desclassificado quando encerrada a etapa competitiva; ou

26.1.2.4. Deixar de apresentar amostra;

26.1.2.5. Apresentar proposta ou amostra em desacordo com as especificações do edital;

26.1.3. Não celebrar o contrato ou não entregar a documentação exigida para a contratação, quando convocado dentro do prazo de validade de sua proposta;

26.1.3.1. Recusar-se, sem justificativa, a assinar o contrato ou a ata de registro de preço, ou a aceitar ou retirar o instrumento equivalente no prazo estabelecido pela Administração;

26.1.4. Apresentar declaração ou documentação falsa exigida para o certame ou prestar declaração falsa durante a licitação

26.1.5. Fraudar a licitação

26.1.6. Comportar-se de modo inidôneo ou cometer fraude de qualquer natureza, em especial quando:

26.1.6.1. Agir em conluio ou em desconformidade com a lei;

26.1.6.2. Induzir deliberadamente a erro no julgamento;

26.1.6.3. Apresentar amostra falsificada ou deteriorada;

26.1.7. Praticar atos ilícitos com vistas a frustrar os objetivos da licitação

26.2. Com fulcro na Lei nº 14.133/2021, a Administração poderá, garantida a prévia defesa, aplicar aos licitantes e/ou adjudicatários as seguintes sanções, sem prejuízo das responsabilidades civil e criminal:

26.2.1. Advertência;

26.2.2. Multa;

26.2.3. Impedimento de licitar e contratar e

26.2.4. Declaração de inidoneidade para licitar ou contratar, enquanto perdurarem os motivos determinantes da punição ou até que seja promovida sua reabilitação perante a própria autoridade que aplicou a penalidade.

26.3. Na aplicação das sanções serão considerados:



CÂMARA MUNICIPAL DE SANTOS

SECRETARIA DE PLANEJAMENTO E FINANÇAS

CONCORRÊNCIA Nº 01/2024 - PROCESSO Nº 1443/2022

- 26.3.1.** A natureza e a gravidade da infração cometida.
- 26.3.2.** As peculiaridades do caso concreto
- 26.3.3.** As circunstâncias agravantes ou atenuantes
- 26.3.4.** Os danos que dela provierem para a Administração Pública
- 26.3.5.** A implantação ou o aperfeiçoamento de programa de integridade, conforme normas e orientações dos órgãos de controle.
- 26.4.** A multa será recolhida em percentual de 0,5% a 30% incidente sobre o valor do contrato licitado, recolhida no prazo máximo de 10 (dez) dias úteis, a contar da comunicação oficial.
- 26.4.1.** Para as infrações previstas nos itens 26.1.1, 26.1.2 e 26.1.3, a multa será de 15% do valor do contrato licitado.
- 26.4.2.** Para as infrações previstas nos itens 26.1.4, 26.1.5, 26.1.6 e 26.1.7, a multa será de 30% do valor do contrato licitado.
- 26.5.** As sanções de advertência, impedimento de licitar e contratar e declaração de inidoneidade para licitar ou contratar poderão ser aplicadas, cumulativamente ou não, à penalidade de multa.
- 26.6.** Na aplicação da sanção de multa será facultada a defesa do interessado no prazo de 15 (quinze) dias úteis, contado da data de sua intimação.
- 26.7.** A sanção de impedimento de licitar e contratar será aplicada ao responsável em decorrência das infrações administrativas relacionadas nos itens 26.1.1, 26.1.2 e 26.1.3, quando não se justificar a imposição de penalidade mais grave, e impedirá o responsável de licitar e contratar no âmbito da Administração Pública direta e indireta do município de Santos, pelo prazo máximo de 3 (três) anos.
- 26.8.** Poderá ser aplicada ao responsável a sanção de declaração de inidoneidade para licitar ou contratar, em decorrência da prática das infrações dispostas nos itens 26.1.4, 26.1.5, 26.1.6, 26.1.7, bem como pelas infrações administrativas previstas nos itens 26.1.1, 26.1.2 e 26.1.3 e que justifiquem a imposição de penalidade mais grave que a sanção de impedimento de licitar e contratar, cuja duração observará o prazo previsto no art. 156, §5º, da Lei n.º 14.133/2021.
- 26.9.** A recusa injustificada do adjudicatário em assinar o contrato ou a ata de registro de preço, ou em aceitar ou retirar o instrumento equivalente no prazo estabelecido pela Administração, descrita no item 26.1.3, caracterizará o descumprimento total da obrigação assumida e o sujeitará às penalidades e à imediata perda da garantia de proposta em favor do órgão ou entidade promotora da licitação.
- 26.10.** A apuração de responsabilidade relacionadas às sanções de impedimento de licitar e contratar e de declaração de inidoneidade para licitar ou contratar demandará a instauração de processo de responsabilização a ser conduzido por comissão composta por 2 (dois) ou mais servidores estáveis, que avaliará fatos e circunstâncias conhecidos e intimará o licitante ou o adjudicatário para, no prazo de 15 (quinze) dias úteis, contado da data de sua intimação, apresentar defesa escrita e especificar as provas que pretenda produzir.
- 26.11.** Caberá recurso no prazo de 15 (quinze) dias úteis da aplicação das sanções de advertência, multa e impedimento de licitar e contratar, contado da data da intimação, o qual será dirigido à autoridade que tiver proferido a decisão recorrida, que, se não a reconsiderar no prazo de 5 (cinco) dias úteis, encaminhará o recurso com sua motivação à autoridade superior, que deverá proferir sua decisão no prazo máximo de 20 (vinte) dias úteis, contado do recebimento dos autos.
- 26.12.** Caberá a apresentação de pedido de reconsideração da aplicação da sanção de declaração de inidoneidade para licitar ou contratar no prazo de 15 (quinze) dias úteis, contado da data da intimação, e decidido no prazo máximo



CÂMARA MUNICIPAL DE SANTOS

SECRETARIA DE PLANEJAMENTO E FINANÇAS

CONCORRÊNCIA Nº 01/2024 - PROCESSO Nº 1443/2022

de 20 (vinte) dias úteis, contado do seu recebimento.

26.13. O recurso e o pedido de reconsideração terão efeito suspensivo do ato ou da decisão recorrida até que sobrevenha decisão final da autoridade competente.

26.14. A aplicação das sanções previstas neste edital não exclui, em hipótese alguma, a obrigação de reparação integral dos danos causados.

27. DAS INFORMAÇÕES

27.1. Os interessados poderão obter qualquer informação sobre esta Concorrência diretamente com a Comissão de Contratação da Câmara Municipal de Santos, no local de sua sede, na Praça Mauro Batista de Miranda, 01, Vila Nova, Santos/SP, de segunda a sexta-feira, das 9h30 às 11h30 e das 14h30 às 17h, através do endereço eletrônico comlic@camarasantos.sp.gov.br, por telefone (13) 3211-4100 e fax (13) 3211-4195.

27.2. A cópia do Edital também poderá ser obtida junto ao site www.camarasantos.sp.gov.br/concorencia.

28. DISPOSIÇÕES FINAIS

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

28.2. A participação neste certame implica na aceitação tácita, irrestrita e irrevogável, pelos licitantes de todas as condições estabelecidas neste ato convocatório e em seus anexos, e na observância da Lei nº 14.133/2021, Lei nº 12.232/2010 e da Lei Complementar nº 123/2006, e outras correlatas.

28.3. A presente Concorrência não importa necessariamente em contratação, podendo a Câmara Municipal de Santos revogá-lo, no todo ou em parte, por razões de interesse público, derivadas de fato superveniente devidamente comprovado, ou anulá-lo por ilegalidade, de ofício ou por provocação, mediante ato escrito e fundamentado, disponibilizado no sistema eletrônico para conhecimento dos participantes do procedimento licitatório.

28.4. Os licitantes assumem todos os custos de preparação e apresentação de seus documentos e propostas. A Câmara Municipal de Santos não será, em nenhuma hipótese, responsável por estes custos, independentemente do resultado do processo licitatório.

28.5. Os proponentes intimados para prestar quaisquer esclarecimentos adicionais deverão fazê-lo no prazo determinado pela Comissão de Contratação, sob pena de desclassificação da respectiva proposta.

28.6. A documentação apresentada para fins de habilitação do licitante vencedor fará parte dos autos da licitação e não será devolvida à proponente.

28.7. Na contagem dos prazos estabelecidos neste ato convocatório e seus anexos, excluir-se-á o dia do início e incluir-se-á o do vencimento, e considerar-se-ão os dias como consecutivos, exceto quando for explicitamente disposto em contrário. Só se iniciam e vencem os prazos em dias de expediente normal na Câmara Municipal de Santos.

28.8. Fica eleito o foro da Comarca de Santos/SP, com renúncia expressa a qualquer outro, por mais privilegiado que seja, para dirimir as questões suscitadas na interpretação deste Edital, seus anexos e demais atos deles decorrentes.

28.9. Aplica-se aos casos omissos o disposto nas legislações que fundamentam este certame.

28.10. Integram este Edital os seguintes anexos:

a) Anexo I: Termo de Referência;

a.1) Apêndice do Termo de Referência: Estudo Técnico Preliminar;

a.1.1) Anexo I do Estudo Técnico Preliminar: Propostas e Critérios de Julgamento;



CÂMARA MUNICIPAL DE SANTOS

SECRETARIA DE PLANEJAMENTO E FINANÇAS

CONCORRÊNCIA Nº 01/2024 - PROCESSO Nº 1443/2022

- a.1.2) Anexo II do Estudo Técnico Preliminar: Briefing;
- b) Anexo II: Proposta de Preço;
- c) Anexo III: Modelo de Declaração de Regularidade para Participar de Licitações;
- d) Anexo IV: Modelo de Declaração de Inexistência de Empregado Menor no Quadro da Empresa, bem como de que a empresa não possui empregados executando trabalho degradante ou forçado;
- e) Anexo V: Modelo de Declaração de Microempresa ou Empresa de Pequeno Porte;
- f) Anexo VI: Modelo de Termo de Credenciamento;
- g) Anexo VII: Modelo de Declaração de Conformidade da Proposta;
- h) Anexo VIII: Modelo de Declaração de Cumprimento das exigências legais de reserva de cargos para pessoa com deficiência e reabilitados da previdência social;
- i) Anexo IX: Minuta de Contrato;
- j) Tabela Referencial de Preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de São Paulo – SINAPRO/SP.

Santos, 03 de abril de 2025.

MICHELLE PEREIRA TICIANELI
Secretária de Planejamento e Finanças
Câmara Municipal de Santos



CÂMARA MUNICIPAL DE SANTOS

SECRETARIA DE PLANEJAMENTO E FINANÇAS

CONCORRÊNCIA Nº 01/2024 - PROCESSO Nº 1443/2022

ANEXO I

TERMO DE REFERÊNCIA

1. CONDIÇÕES GERAIS DA CONTRATAÇÃO (art. 6º, XXIII, “a” e “i” da Lei n. 14.133/2021)

1.1 DEFINIÇÃO DO OBJETO

1.1.1 Contratação de agência especializada para prestação de serviços de publicidade, conforme Lei Federal n. 12.232/2010.

1.2 DETALHAMENTO DO SERVIÇO

1.2.1 A prestação dos serviços se dará conforme artigo 2º, da Lei nº 12.232/2010, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição aos veículos e demais meios de divulgação de publicidade de natureza institucional de interesse da Câmara Municipal de Santos.

1.2.2 Também integram o objeto, como atividades complementares, os serviços especializados pertinentes:

- a) ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento relativos à execução do contrato;
- b) à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinada a expandir os efeitos das mensagens e das ações publicitárias, em consonância com novas tecnologias;
- c) à produção e à execução técnica das peças e/ou projetos criados pela agência.

1.2.3 As pesquisas e outros instrumentos de avaliação previstos na alínea ‘a’ terão a finalidade específica de:

- a) gerar conhecimento sobre o ambiente de atuação da Câmara Municipal de Santos, o público-alvo e os veículos de divulgação nos quais serão difundidas as campanhas ou peças;
- b) aferir o desenvolvimento estratégico, a criação e a divulgação de mensagens;
- c) possibilitar a mensuração dos resultados das campanhas ou peças publicitárias realizadas em decorrência da execução do contrato.

1.2.3.1 É vedada a inclusão nas pesquisas e avaliações previstas na alínea “a”, do item 1.2.2 de matéria estranha ou que não guarde pertinência temática com a ação publicitária ou com o objeto do contrato de prestação de serviços de publicidade.

1.2.4 Os serviços previstos no objeto não abrangem as atividades de assessoria de comunicação, imprensa e relações públicas e a realização de eventos festivos de qualquer natureza, projetos de ambientação e decoração, montagem de estandes em feiras e exposições e serviços correlatos, viabilização de cotas de patrocínio para divulgação de projetos social, cultural e esportivo e merchandising com apoio da Câmara Municipal de Santos, e atividades de desenvolvimento e implantação de serviços para internet, conforme regulamenta a Lei Federal nº 12.232/2010, em seu artigo 2º, §2º.

1.2.5 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.

1.2.6 Os serviços abrangem as ações de publicidade institucional e de utilidade pública, sobre todos os assuntos e temas de competência ou interesse da Câmara Municipal de Santos.

1.2.7 A Comunicação Publicitária deve atender aos seguintes pontos:



CÂMARA MUNICIPAL DE SANTOS

SECRETARIA DE PLANEJAMENTO E FINANÇAS

CONCORRÊNCIA Nº 01/2024 - PROCESSO Nº 1443/2022

- a) Preocupar-se em adequar as mensagens ao universo cultural dos segmentos de público;
- b) Ressaltar os benefícios das ações para a sociedade em geral e não só para o público diretamente atingido;
- c) Observar as normas para uso das marcas publicitárias do Poder Legislativo Municipal;
- d) Aplicar os recursos com eficiência e racionalidade.
- e) As ações devem ser informativas, educativas e estimular a participação popular e democratização da gestão pública.
- f) Utilizar-se de veículos tradicionais de comunicação de massa e das mídias alternativas e comunitárias.
- g) Utilizar os meios de comunicação próprios, tais como o portal da internet e mídias sociais (Instagram, Facebook), estratégias de mídia e não mídia.
- h) A campanha deve ter um conceito claro e apresentar uma justificativa que atenda aos objetivos visados.

1.3 NATUREZA DO OBJETO

- 1.3.1 Os serviços de comunicação institucional são de natureza intelectual, não se enquadrando, portanto, no conceito de bens e serviços comuns.
- 1.3.2 Os serviços são de natureza contínua, conforme especificado no Estudo Técnico Preliminar, tendo em vista sua essencialidade às atividades de comunicação da Câmara Municipal de Santos, para cumprimento legal dos deveres de publicidade e transparência de seus atos.

1.4 PRAZO DE VIGÊNCIA DO CONTRATO

- 1.4.1 O contrato terá duração de 60 (sessenta) meses, a contar da data de sua assinatura, podendo ser prorrogado sucessivamente até o limite de 10 (dez) anos e nas condições do artigo 107, da Lei n. 14133/2021.

2. FUNDAMENTAÇÃO E DESCRIÇÃO DA NECESSIDADE DA CONTRATAÇÃO (art. 6º, inciso XXIII, alínea 'b' da Lei n. 14.133/2021).

- 2.1. A fundamentação da contratação encontra-se disciplinada no Estudo Técnico Preliminar, apêndice deste Termo de Referência.
- 2.2. O objeto da contratação está previsto no Plano de Contratações Anual, sob ID nº 6.

3. DESCRIÇÃO DA SOLUÇÃO COMO UM TODO CONSIDERADO O CICLO DE VIDA DO OBJETO (art. 6º, inciso XXIII, alínea 'c')

- 3.1. A descrição da solução como um todo é objeto do Estudo Técnico Preliminar, apêndice deste Termo de Referência.

4. REQUISITOS DA CONTRATAÇÃO (art. 6º, XXIII, alínea 'd' da Lei nº 14.133/21)

Sustentabilidade e acessibilidade

- 4.1 A solução deverá atender aos critérios legais vigentes e cabíveis relativos à promoção de acessibilidade.
- 4.2 Destaca-se a Lei nº 10.098/2000, que estabelece normas gerais e critérios básicos para a promoção da acessibilidade.
- 4.3 A empresa contratada deverá atender às legislações ambientais, bem como executar os serviços de forma a causar o mínimo impacto no meio ambiente.

Subcontratação

- 4.4 É admitida a subcontratação parcial do objeto, limitada aos serviços de publicização, irradiação, transmissão e demais veiculações, em formato físico e digital, em suportes alheios a esta Câmara Municipal, como jornais,



CÂMARA MUNICIPAL DE SANTOS

SECRETARIA DE PLANEJAMENTO E FINANÇAS

CONCORRÊNCIA Nº 01/2024 - PROCESSO Nº 1443/2022

revistas, portais digitais painéis físicos ou digitais, rádios, canais televisivos, digitais, de streaming e veículos afins.

Consórcio

4.5 Vedada a participação de licitantes em consórcio.

5. MODELO DE EXECUÇÃO DO OBJETO (arts. 6º, XXIII, alínea “e” e 40, §1º, inciso II, da Lei nº 14.133/2021).

5.1 Os serviços deverão ser executados e entregues conforme venham a ser solicitados pela Câmara Municipal de Santos, no prazo estabelecido na Ordem de Execução de Serviços, a contar de sua emissão.

5.2 Todos os serviços a serem prestados pela empresa contratada deverão ser precedidos da apresentação do competente projeto de apropriação de custos, o qual, após aprovação, gerará a expedição de Ordem de Execução de Serviços.

5.3 Para a execução dos serviços, a empresa contratada deverá obter aprovação prévia da Câmara Municipal de Santos, por escrito, inclusive para assumir quaisquer despesas decorrentes do Contrato (materiais, bens e serviços), bem como despesas de produção, veiculação e publicidade, mediante amostras, leiautes, provas, pilotos etc., que comprovem efetivamente os aspectos técnicos de produtos/serviços contratados.

5.4 Todos os serviços realizados serão documentados através da apresentação dos respectivos comprovantes de produção/veiculação, cópias das faturas e duplicatas quitadas, emitidas pelos fornecedores e veículos.

5.5 Os serviços serão executados pela empresa contratada, fornecedores e veículos, sendo permitida a contratação dos serviços complementares e de divulgação necessários ao cumprimento do objeto licitado.

5.6 Somente pessoas físicas ou jurídicas previamente cadastradas pela Câmara Municipal de Santos poderão fornecer à empresa contratada bens ou serviços especializados relacionados com as atividades complementares da execução do objeto do contrato, nos termos do §1º, do art. 2º, da Lei no 12.232/2010.

5.7 O fornecimento de bens ou serviços especializados, na conformidade do previsto no subitem anterior, exigirá sempre a apresentação pela empresa contratada à Câmara Municipal de Santos de 3 (três) orçamentos obtidos no ramo do fornecimento pretendido.

5.7.1. No caso do item 5.7, a empresa contratada procederá à coleta de orçamentos de fornecedores em envelopes fechados, que serão abertos em sessão pública, convocada e realizada sob fiscalização da Câmara Municipal de Santos, sempre que o fornecimento de bens ou serviços tiver valor superior a 0,5% (meio por cento) do valor global do contrato. A agência empresa contratada deverá, durante o período de, no mínimo, 5 (cinco) anos após a extinção do contrato, manter acervo comprobatório da totalidade dos serviços prestados e as peças publicitárias produzidas.

5.8 Quanto aos direitos autorais, serão observadas as seguintes disposições:

a) a empresa contratada cede à Câmara Municipal de Santos, de forma total e definitiva, os direitos patrimoniais de uso de ideias (incluídos os estudos, análises e planos), peças (material gráfico, eletrônico e multimídia), softwares, CDs, composições, arranjos, execução de trilha sonora e jingles, animação, pantomima, publicações editoriais e quaisquer outras assemelhadas, de sua propriedade, concebidas, criadas e produzidas em decorrência deste contrato, ressalvados os direitos de terceiros.

b) a cessão de que trata a alínea anterior “a” será por tempo indeterminado, ficando vedada à empresa contratada a cobrança de qualquer remuneração adicional ou especial, durante a vigência do contrato e/ou mesmo após o seu término.

c) a Câmara Municipal de Santos poderá, a seu critério, utilizar os direitos cedidos, diretamente ou através de



CÂMARA MUNICIPAL DE SANTOS

SECRETARIA DE PLANEJAMENTO E FINANÇAS

CONCORRÊNCIA Nº 01/2024 - PROCESSO Nº 1443/2022

terceiros, com ou sem modificações, após a vigência do contrato, inclusive em caso de rescisão, não cabendo à empresa contratada qualquer espécie de remuneração.

d) a juízo da Câmara Municipal de Santos, as peças criadas pela empresa contratada poderão ser reutilizadas pela Câmara Municipal de Santos, sem que caiba à Câmara Municipal de Santos qualquer ônus perante a empresa contratada.

e) caberá às agências de propaganda com que mantenham contrato, quando couber, efetuar o acordo comercial com os eventuais detentores dos direitos de autor e conexos relacionados com a produção externa das peças.

f) com vistas às contratações para a execução de serviços que envolvam direitos de autor e conexos, a empresa contratada solicitará aos fornecedores orçamentos que prevejam a cessão dos respectivos direitos patrimoniais durante e após a vigência do contrato pela Câmara Municipal de Santos.

g) a empresa contratada utilizará os trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos de autor e conexos dentro dos limites estipulados no respectivo ato de cessão e condicionará a contratação ao estabelecimento, no ato de cessão, orçamento ou contrato, de cláusulas em que o fornecedor garanta a cessão durante e após a vigência do contrato pelo prazo definido pela Câmara Municipal de Santos.

h) a empresa contratada deverá obter liberação, licenças, permissões e/ou autorizações que lhe permitam a utilização de fotografias, materiais, artes ou qualquer bem, na execução e divulgação dos serviços contratados, responsabilizando-se pela fiel observância dos limites fixados nos documentos acima mencionados e, mantendo a Câmara Municipal de Santos a salvo de todos os pleitos, demandas, despesas, obrigações, processos e inquéritos contra ou envolvendo a Câmara Municipal de Santos como resultado ou decorrência do uso dos mesmos, fora das condições autorizadas.

i) Qualquer remuneração relativa à cessão de direitos autorais de terceiros será considerada como incluída no custo da produção.

6. MODELO DE GESTÃO DO CONTRATO (art. 6º, XXIII, alínea “f”, da Lei nº 14.133/21)

6.1. O contrato deverá ser executado fielmente pelas partes, de acordo com as cláusulas avençadas e as normas da Lei nº 12.232/2010 e Lei nº 14.133/2021, e cada parte responderá pelas consequências de sua inexecução total ou parcial.

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

6.3. As comunicações entre o órgão ou entidade e a contratada devem ser realizadas por escrito sempre que o ato exigir tal formalidade, admitindo-se o uso de mensagem eletrônica para esse fim.

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

6.5. Após a assinatura do contrato ou instrumento equivalente, o órgão ou entidade poderá convocar o representante da empresa contratada para reunião inicial para apresentação do plano de fiscalização, que conterà informações acerca das obrigações contratuais, dos mecanismos de fiscalização, das estratégias para execução do objeto, do plano complementar de execução da contratada, quando houver, do método de aferição dos resultados e das sanções aplicáveis, dentre outros.

Fiscalização

6.6. A execução do contrato deverá ser acompanhada e fiscalizada pelos fiscais do contrato, ou pelos respectivos



CÂMARA MUNICIPAL DE SANTOS

SECRETARIA DE PLANEJAMENTO E FINANÇAS

CONCORRÊNCIA Nº 01/2024 - PROCESSO Nº 1443/2022

substitutos (Lei nº 14.133, de 2021, art. 117, caput).

Fiscalização Técnica

6.7. O fiscal técnico do contrato acompanhará a execução do contrato, para que sejam cumpridas todas as condições nele estabelecidas, de modo a assegurar os melhores resultados para a Administração.

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

6.9. Identificada qualquer inexatidão ou irregularidade, o fiscal técnico do contrato emitirá notificações para a correção da execução do contrato, determinando prazo.

6.10. O fiscal técnico do contrato informará ao gestor do contrato, 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.

6.11. No caso de ocorrências que possam inviabilizar a execução do contrato nas datas aprazadas, o fiscal técnico do contrato comunicará o fato imediatamente ao gestor do contrato.

6.12. O fiscal técnico do contrato comunicará ao gestor do contrato, em tempo hábil, o término do contrato sob sua responsabilidade, com vistas à tempestiva renovação ou à prorrogação.

Fiscalização Administrativa

6.13. O fiscal administrativo 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.

6.14. Caso ocorra descumprimento das obrigações contratuais, o fiscal administrativo do contrato atuará tempestivamente na solução do problema, reportando ao gestor do contrato para que tome as providências cabíveis, quando ultrapassar a sua competência.

Gestor do Contrato

6.15. O gestor do contrato coordenará a atualização do processo de acompanhamento e fiscalização do contrato contendo todos os registros formais da execução no histórico de gerenciamento do contrato, 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.

6.16. O gestor do contrato acompanhará os registros realizados pelos fiscais 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.

6.17. O gestor do contrato acompanhará a manutenção das condições de habilitação da contratada, para fins de empenho de despesa e pagamento, e anotar os problemas que obstem o fluxo normal da liquidação e do pagamento da despesa no relatório de riscos eventuais.

6.18. O gestor do contrato emitirá documento comprobatório da avaliação realizada pelos fiscais técnico, administrativo e setorial, quando houver, quanto ao cumprimento de obrigações assumidas pelo contratado, com menção ao seu desempenho na execução contratual, baseado nos indicadores objetivamente definidos e aferidos, e a eventuais penalidades aplicadas, devendo constar do cadastro de atesto de cumprimento de obrigações.

6.19. O gestor do contrato 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



CÂMARA MUNICIPAL DE SANTOS

SECRETARIA DE PLANEJAMENTO E FINANÇAS

CONCORRÊNCIA Nº 01/2024 - PROCESSO Nº 1443/2022

nº 14.133, de 2021, ou pelo agente ou pelo setor com competência para tal, conforme o caso.

6.20. O gestor do contrato 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.

6.21. O gestor do contrato deverá enviar a documentação pertinente para a formalização dos procedimentos de liquidação e pagamento, no valor dimensionado pela fiscalização e gestão nos termos do contrato.

7. CRITÉRIOS DE MEDIÇÃO E PAGAMENTO

Para a remuneração dos serviços de comunicação serão seguidos parâmetros estabelecidos em normas e legislações específicos, conforme os itens a seguir.

Condições de remuneração

7.1. Pelos serviços prestados, a empresa contratada será remunerada da seguinte forma:

a) percentual de desconto sobre os custos internos, baseados na tabela de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de São Paulo–SINAPRO/SP, conforme a proposta apresentada pela licitante vencedora.

b) honorários (em percentual) de até 10% (dez por cento), conforme constar na proposta comercial da Contratada, a serem cobrados da Câmara Municipal de Santos, incidente sobre os custos comprovados de outros serviços, cuja produção seja incumbida a terceiros sob a supervisão da empresa contratada, referentes à peça e/ou material cuja distribuição não proporcione à licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965.

Desconto de agência

7.2. Além da remuneração prevista no item 7.1, a empresa contratada fará jus ao desconto de agência concedido pelos veículos e demais meios de divulgação, em conformidade com o art. 11, da Lei n.º 4.680/65.

Do recebimento

7.3. Os serviços serão recebidos provisoriamente, no prazo de 10 (dez) dias úteis, pelo responsável por seu acompanhamento e fiscalização, mediante termo detalhado, quando verificado o cumprimento das exigências de caráter técnico.

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

7.5. O fiscal técnico do contrato realizará o recebimento provisório do objeto do contrato mediante termo detalhado que comprove o cumprimento das exigências de caráter técnico.

7.6. O fiscal administrativo do contrato realizará o recebimento provisório do objeto do contrato mediante termo detalhado que comprove o cumprimento das exigências de caráter administrativo.

7.7. Para efeito de recebimento provisório, ao final de cada período de faturamento, o fiscal técnico do contrato irá apurar 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 noredimensionamento de valores a serem pagos à contratada, registrando em relatório a ser encaminhado ao gestor do contrato.

7.7.1. 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;

7.7.2. O Contratado fica obrigado 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



CÂMARA MUNICIPAL DE SANTOS

SECRETARIA DE PLANEJAMENTO E FINANÇAS

CONCORRÊNCIA Nº 01/2024 - PROCESSO Nº 1443/2022

materiais empregados, 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.

7.7.3. A fiscalização não efetuará o ateste da última e/ou única medição de serviços 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 14133, de 2021](#))

7.7.4. O recebimento provisório também ficará sujeito, quando cabível, à conclusão de todos os testes de campo e à entrega dos Manuais e Instruções exigíveis.

7.7.5. 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.

7.8. Quando a fiscalização for exercida por um único servidor, o Termo Detalhado deverá conter o registro, a análise e a conclusão acerca das ocorrências na execução do contrato, em relação à fiscalização técnica e administrativa e demais documentos que julgar necessários, devendo encaminhá-los ao gestor do contrato para recebimento definitivo.

7.9. Os serviços serão recebidos definitivamente no prazo de 15 (quinze) dias úteis, contados do recebimento provisório, por servidor ou comissão designada pela autoridade competente, após a verificação da qualidade e quantidade do serviço e consequente aceitação mediante termo detalhado, obedecendo os seguintes procedimentos:

7.9.1. Emitir documento comprobatório da avaliação realizada pelos fiscais técnico, administrativo e setorial, quando houver, no cumprimento de obrigações assumidas pelo contratado, com menção ao seu desempenho na execução contratual, baseado em indicadores objetivamente definidos e aferidos, e a eventuais penalidades aplicadas, devendo constar do cadastro de atesto de cumprimento de obrigações, conforme regulamento.

7.9.2. Realizar a análise dos relatórios e de toda a documentação apresentada pela fiscalização e, caso haja irregularidades que impeçam a liquidação e o pagamento da despesa, indicar as cláusulas contratuais pertinentes, solicitando à CONTRATADA, por escrito, as respectivas correções;

7.9.3. Emitir Termo Detalhado para efeito de recebimento definitivo dos serviços prestados, com base nos relatórios e documentações apresentadas; e

7.9.4. Comunicar a empresa para que emita a Nota Fiscal ou Fatura, com o valor exato dimensionado pela fiscalização.

7.9.5. Enviar a documentação pertinente ao setor de contratos para a formalização dos procedimentos de liquidação e pagamento, no valor dimensionado pela fiscalização e gestão.

7.10. 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 pertine à parcela incontroversa da execução do objeto, para efeito de liquidação e pagamento.

7.11. Nenhum prazo de recebimento ocorrerá enquanto pendente a solução, pelo contratado, de inconsistências verificadas na execução do objeto ou no instrumento de cobrança.

7.12. O recebimento provisório ou definitivo não excluirá a responsabilidade civil pela solidez e pela segurança do serviço nem a responsabilidade ético-profissional pela perfeita execução do contrato.

Liquidação e Pagamento

7.13. Recebida a Nota Fiscal ou documento de cobrança equivalente, correrá o prazo de 5 (cinco) dias úteis para fins de liquidação da despesa, a contar da posse dos autos, pela Divisão de Controle e Execução Orçamentária.



CÂMARA MUNICIPAL DE SANTOS

SECRETARIA DE PLANEJAMENTO E FINANÇAS

CONCORRÊNCIA Nº 01/2024 - PROCESSO Nº 1443/2022

- 7.14. O prazo indicado no item anterior, poderá ser excepcionalmente prorrogado, justificadamente, por igual período, quando houver necessidade de diligências para a aferição do atendimento das exigências contratuais.
- 7.15. A contratada deverá apresentar fatura ou nota fiscal correspondente ao objeto contratado, emitida de acordo com a legislação vigente, devendo constar a CÂMARA MUNICIPAL DE SANTOS, com endereço na Praça Tenente Mauro Batista de Miranda, nº 01, Vila Nova, Santos/SP, CNPJ nº 49.203.409/0001-02, bem como a discriminação da quantidade e valor, além dos demais elementos habituais, fiscais e legais.
- 7.16. Para fins de liquidação, o setor competente deverá observar o disposto no art. 63 da Lei nº 4.320/64, certificando-se do adimplemento da obrigação do contratado nos prazos e forma previstos no contrato.
- 7.17. Ocorrendo descumprimento ou falhas, que impeçam a liquidação e pagamento da despesa, os prazos previstos nesta seção serão suspensos até sua regularização.
- 7.18. Na hipótese de caso fortuito ou força maior que impeça a liquidação ou pagamento da despesa, o prazo para pagamento será suspenso até sua regularização, devendo ser mantida a posição da ordem cronológica que a despesa originalmente estava inscrita.
- 7.19. No caso de controvérsia sobre a execução do objeto, quanto à dimensão, qualidade e quantidade, a parcela incontroversa deverá ser liberada para pagamento no prazo e na forma estabelecida no contrato, após a emissão da fatura ou nota fiscal dessa parcela incontroversa.
- 7.20. 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:
- 7.20.1. o prazo de validade;
 - 7.20.2. a data da emissão;
 - 7.20.3. os dados do contrato e do órgão Contratante;
 - 7.20.4. o período respectivo de execução do contrato;
 - 7.20.5. o valor a pagar; e
 - 7.20.6. eventual destaque do valor de retenções tributárias cabíveis.
- 7.21. Havendo erro na apresentação da nota fiscal ou instrumento de cobrança equivalente, ou circunstância que impeça a liquidação da despesa, esta ficará sobrestada até que o Contratado providencie as medidas saneadoras, reiniciando-se o prazo após a comprovação da regularização da situação, sem ônus ao Contratante;
- 7.22. A nota fiscal ou instrumento de cobrança equivalente deverá ser obrigatoriamente acompanhado da comprovação da regularidade fiscal, constatada mediante consulta aos sítios eletrônicos oficiais ou à documentação mencionada no [art. 68 da Lei nº 14.133, de 2021](#).
- 7.23. A Administração deverá realizar consulta para: a) verificar a manutenção das condições de habilitação exigidas no edital; b) identificar possível razão que impeça a participação em licitação, no âmbito do órgão ou entidade, que implique proibição de contratar com o Poder Público, bem como ocorrências impeditivas indiretas.
- 7.24. Constatando-se a situação de irregularidade do Contratado, será providenciada sua notificação, por escrito, para que, no prazo de 5 (cinco) dias úteis, regularize sua situação ou, no mesmo prazo, apresente sua defesa. O prazo poderá ser prorrogado uma vez, por igual período, a critério do Contratante.
- 7.25. Não havendo regularização ou sendo a defesa considerada improcedente, o Contratante deverá comunicar aos órgãos responsáveis pela fiscalização da regularidade fiscal quanto à inadimplência do Contratado, bem como quanto à existência de pagamento a ser efetuado, para que sejam acionados os meios pertinentes e necessários para garantir o recebimento de seus créditos.
- 7.26. Persistindo a irregularidade, o Contratante deverá adotar as medidas necessárias à rescisão contratual nos



CÂMARA MUNICIPAL DE SANTOS

SECRETARIA DE PLANEJAMENTO E FINANÇAS

CONCORRÊNCIA Nº 01/2024 - PROCESSO Nº 1443/2022

autos do processo administrativo correspondente, assegurada ao Contratado a ampla defesa.

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

Prazo de pagamento

7.28. O pagamento será efetuado após o recebimento definitivo, por meio de depósito em conta bancária ou transferência bancária, no prazo de até 13 (treze) dias corridos contados da finalização da liquidação da despesa.

7.29. Caso haja necessidade de atualização monetária quando do respectivo pagamento, e desde que o prestador não tenha dado causa ao atraso, os valores devidos deverão ser atualizados financeiramente desde a data prevista para o pagamento até a do efetivo pagamento, tendo como base o IPC-FIPE. Contudo, não haverá atualização nos preços quando o atraso no pagamento ocorrer por culpa ou fato imputável ao contratado.

7.30. No caso de insuficiência de recursos financeiros disponíveis para a quitação integral da obrigação, poderá haver pagamento parcial do crédito, permanecendo o saldo remanescente na mesma posição da ordem cronológica.

7.31. O contratado regularmente optante pelo Simples Nacional, nos termos da Lei Complementar nº 123, de 2006, não sofrerá a retenção tributária quanto aos impostos e contribuições abrangidos por aquele regime. No entanto, o pagamento ficará condicionado à apresentação de comprovação, por meio de documento oficial, de que faz jus ao tratamento tributário favorecido previsto na referida Lei Complementar.

8. FORMA E CRITÉRIOS DE SELEÇÃO DO FORNECEDOR E REGIME DE EXECUÇÃO (art. 6º, inciso XXIII, alínea 'h', da Lei nº 14.133/2021)

Forma de seleção e critério de julgamento da proposta

8.1. O fornecedor será selecionado por meio da realização de procedimento de LICITAÇÃO, na modalidade CONCORRÊNCIA, sob a forma PRESENCIAL, com adoção do critério de julgamento do tipo TÉCNICA e PREÇO.

Regime de execução

8.2. O regime de execução do contrato será empreitada por preço unitário.

Exigências de habilitação

8.3. Para fins de habilitação, deverá o licitante comprovar os seguintes requisitos:

HABILITAÇÃO JURÍDICA

8.4. Sociedade empresária, sociedade limitada unipessoal – SLU ou sociedade identificada como empresa individual de responsabilidade limitada - EIRELI: inscrição do ato constitutivo, estatuto ou contrato social no Registro Público de Empresas Mercantis, a cargo da Junta Comercial da respectiva sede, acompanhada de documento comprobatório de seus administradores;

8.5. Sociedade empresária estrangeira: portaria de autorização de funcionamento no Brasil, publicada no Diário Oficial da União e arquivada na Junta Comercial da unidade federativa onde se localizar a filial, agência, sucursal ou estabelecimento, a qual será considerada como sua sede.

8.6. Sociedade simples: inscrição do ato constitutivo no Registro Civil de Pessoas Jurídicas do local de sua sede, acompanhada de documento comprobatório de seus administradores;

8.7. Filial, sucursal ou agência de sociedade simples ou empresária: inscrição do ato constitutivo da filial, sucursal ou agência da sociedade simples ou empresária, respectivamente, no Registro Civil das Pessoas Jurídicas ou no Registro Público de Empresas Mercantis onde opera, com averbação no Registro onde tem sede a matriz

8.8. Sociedade cooperativa: ata de fundação e estatuto social, com a ata da assembleia que o aprovou,



CÂMARA MUNICIPAL DE SANTOS

SECRETARIA DE PLANEJAMENTO E FINANÇAS

CONCORRÊNCIA Nº 01/2024 - PROCESSO Nº 1443/2022

devidamente arquivado na Junta Comercial ou inscrito no Registro Civil das Pessoas Jurídicas da respectiva sede, além do registro de que trata o art. 107 da Lei nº 5.764, de 16 de dezembro 1971.

8.9. Os documentos apresentados deverão estar acompanhados de todas as alterações ou da consolidação respectiva.

HABILITAÇÃO FISCAL, SOCIAL E TRABALHISTA

8.10. Prova de inscrição no Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas ou no Cadastro de Pessoas Físicas, conforme o caso;

8.11. Prova de regularidade fiscal perante a Fazenda Nacional, mediante apresentação de certidão expedida conjuntamente pela Secretaria da Receita Federal do Brasil (RFB) e pela Procuradoria-Geral da Fazenda Nacional (PGFN), referente a todos os créditos tributários federais e à Dívida Ativa da União (DAU) por elas administrados, inclusive aqueles relativos à Seguridade Social, nos termos da Portaria Conjunta nº 1.751, de 02 de outubro de 2014, do Secretário da Receita Federal do Brasil e da Procuradora-Geral da Fazenda Nacional.

8.12. Prova de regularidade com o Fundo de Garantia do Tempo de Serviço (FGTS);

8.13. Prova de inexistência de débitos inadimplidos perante a Justiça do Trabalho, mediante a apresentação de certidão negativa ou positiva com efeito de negativa, nos termos do Título VII-A da Consolidação das Leis do Trabalho, aprovada pelo [Decreto-Lei nº 5.452, de 1º de maio de 1943](#);

8.14. Prova de inscrição no cadastro de contribuintes estadual e/ou municipal relativo ao domicílio ou sede do prestador, pertinente ao seu ramo de atividade e compatível com o objeto contratual;

8.15. Prova de regularidade com a Fazenda Municipal do domicílio ou sede do prestador, relativa à atividade em cujo exercício contrata ou concorre;

8.16. Caso o prestador seja considerado isento de tributos relacionados ao objeto contratual, deverá comprovar tal condição mediante a apresentação de declaração da Fazenda respectiva do seu domicílio ou sede, ou outra equivalente, na forma da lei.

8.17. A apresentação do Certificado de Registro Cadastral, expedido pela Seção de Apoio Técnico de Licitações – SALIC, da Prefeitura Municipal de Santos, no ramo de atividade compatível com o objeto deste Pregão Eletrônico, é facultativa e dispensa o licitante da apresentação dos documentos mencionados nas alíneas “8.12”, “8.14” e “8.15” deste, obrigando-se a parte a declarar, sob as penalidades legais, a superveniência de fato impeditivo da habilitação.

QUALIFICAÇÃO ECONÔMICO-FINANCEIRA

8.18. Certidão negativa de insolvência civil expedida pelo distribuidor do domicílio ou sede do licitante, caso se trate de pessoa física, desde que admitida a sua participação na licitação, ou de sociedade simples;

8.19. Certidão negativa de falência expedida pelo distribuidor da sede do fornecedor - Lei nº 14.133, de 2021, art. 69, *caput*, inciso II);

8.20. Balanço patrimonial, demonstração de resultado de exercício e demais demonstrações contábeis dos 2 (dois) últimos exercícios sociais, comprovando: índices de Liquidez Geral (LG), Liquidez Corrente (LC), e Solvência Geral (SG) superiores a 1 (um);

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

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

Os documentos referidos acima deverão ser exigidos com base no limite definido pela Receita Federal do Brasil para transmissão da Escrituração Contábil Digital - ECD ao Sped.



CÂMARA MUNICIPAL DE SANTOS

SECRETARIA DE PLANEJAMENTO E FINANÇAS

CONCORRÊNCIA Nº 01/2024 - PROCESSO Nº 1443/2022

8.21. Caso a empresa licitante apresente resultado inferior ou igual a 1 (um) em qualquer dos índices de Liquidez Geral (LG), Solvência Geral (SG) e Liquidez Corrente (LC), será exigido para fins de habilitação patrimônio líquido mínimo de até 10% do valor total estimado da contratação.

8.22. As empresas criadas no exercício financeiro da licitação deverão atender a todas as exigências da habilitação e poderão substituir os demonstrativos contábeis pelo balanço de abertura. (Lei nº 14.133, de 2021, art. 65, §1º).

8.23. O atendimento dos índices econômicos previstos neste item deverá ser atestado mediante declaração assinada por profissional habilitado da área contábil, apresentada pelo prestador.

QUALIFICAÇÃO TÉCNICA

8.24. Certificado de qualificação técnica emitido pelo Conselho Executivo de Normas-Padrão – CENP (art. 4º da Lei nº 12.232/10) ou por entidade equivalente, legalmente reconhecida como fiscalizadora e certificadora das condições técnicas das agências de propaganda;

8.25. Um Atestado, no mínimo, expedido por pessoas jurídicas de direito público ou privado comprovando a realização de serviços pertinentes e compatíveis/similares ao do objeto desta licitação;

8.26. Comprovação que a licitante possui, em seu quadro permanente, profissionais (relação de pessoal técnico com a respectiva qualificação) para executar os serviços de que trata a presente licitação;

8.26.1. A comprovação acima mencionada pode ser feita através de cópia de registro do empregado (carteira profissional) ou outro documento que comprove o registro profissional.

8.27. Declaração expressa de que a licitante possui condições operacionais de funcionamento, dispondo de estrutura técnico-administrativa capaz de garantir a prestação dos serviços licitados.

8.28. Os atestados deverão ser apresentados em papel timbrado do emitente ou conter razão social, CNPJ, endereço, telefone e ser firmados pelos responsáveis legais.

Cooperativas

8.29. Caso admitida a participação de cooperativas, será exigida a seguinte documentação complementar:

8.29.1. A relação dos cooperados que atendem aos requisitos técnicos exigidos para a contratação e que executarão o contrato, com as respectivas atas de inscrição e a comprovação de que estão domiciliados na localidade da sede da cooperativa, respeitado o disposto nos arts. 4º, inciso XI, 21, inciso I e 42, §§2º a 6º da Lei n. 5.764, de 1971;

8.29.2. A declaração de regularidade de situação do contribuinte individual – DRSCI, para cada um dos cooperados indicados;

8.29.3. A comprovação do capital social proporcional ao número de cooperados necessários à prestação do serviço;

8.29.4. O registro previsto na Lei n. 5.764, de 1971, art. 107;

8.29.5. A comprovação de integração das respectivas quotas-partes por parte dos cooperados que executarão o contrato;

8.29.6. Os seguintes documentos para a comprovação da regularidade jurídica da cooperativa: a) ata de fundação; b) estatuto social com a ata da assembleia que o aprovou; c) regimento dos fundos instituídos pelos cooperados, com a ata da assembleia; d) editais de convocação das três últimas assembleias gerais extraordinárias; e) três registros de presença dos cooperados que executarão o contrato em assembleias gerais ou nas reuniões seccionais; e f) ata da sessão que os cooperados autorizaram a cooperativa a contratar o objeto da licitação; e



CÂMARA MUNICIPAL DE SANTOS

SECRETARIA DE PLANEJAMENTO E FINANÇAS

CONCORRÊNCIA Nº 01/2024 - PROCESSO Nº 1443/2022

8.29.7. A última auditoria contábil-financeira da cooperativa, conforme dispõe o art. 112 da Lei n. 5.764, de 1971, ou uma declaração, sob as penas da lei, de que tal auditoria não foi exigida pelo órgão fiscalizador.

9. ESTIMATIVA DO VALOR DA CONTRATAÇÃO

9.1. O custo estimado anual da contratação é de R\$1.500.000,00 (um milhão e quinhentos mil reais), observando-se, em ano eleitoral, o limite estabelecido na Lei Federal no 9.504/1997.

9.2. A Câmara Municipal de Santos se reserva o direito de, a seu critério, utilizar ou não a totalidade dos recursos previstos.

10. ADEQUAÇÃO ORÇAMENTÁRIA

10.1 As despesas decorrentes da presente contratação correrão à conta de recursos específicos consignados no Orçamento da Câmara Municipal de Santos.

A contratação será atendida pela seguinte dotação:

10.1.1 Gestão/Unidade: 02.09.10. - Câmara Municipal;

10.1.2 Fonte de Recursos: 01 - Tesouro;

10.1.3 Programa de Trabalho: 0001 - Processo Legislativo;

10.1.4 Elemento de Despesa: 3.3.90.39. - OUTROS SERVIÇOS DE TERCEIROS - PESSOA JURÍDICA;

10.1.5 Subelemento: 3.3.90.39.88 - SERVIÇOS DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA;

10.1.6 PCASP: 3.3.2.3.1.05.00 - PUBLICIDADE;

10.1.7 Ficha: 0021.

10.2 A dotação relativa aos exercícios financeiros subsequentes será indicada após aprovação da Lei Orçamentária respectiva e liberação dos créditos correspondentes, mediante apostilamento.

11. FISCALIZAÇÃO

11.1. A fiscalização técnica e setorial dos serviços será realizada pelo Diretor de Comunicação.

11.2. A fiscalização administrativa incumbe ao Diretor de Orçamento e Finanças.

11.3. A gestão do contrato será realizada pela Chefe da Divisão de Gestão de Contratos desta Casa de Leis.



CÂMARA MUNICIPAL DE SANTOS

SECRETARIA DE PLANEJAMENTO E FINANÇAS

CONCORRÊNCIA Nº 01/2024 - PROCESSO Nº 1443/2022

APÊNDICE DO TERMO DE REFERÊNCIA

ESTUDO TÉCNICO PRELIMINAR

INTRODUÇÃO

Este Estudo Técnico Preliminar tem como objetivo cumprir as exigências da Leis nºs 14.133/2021 e 12.232/2010, do Ato da Mesa nº 17 de 14 de setembro de 2023, durante a contratação do objeto do Processo nº 1443/2022.

1. IDENTIFICAÇÃO DO OBJETO

O presente Estudo Técnico Preliminar visa subsidiar a contratação de agência especializada para prestação de serviços de publicidade, conforme Lei Federal 12.232/2010, compreendendo, conforme o seu artigo 2º, 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 aos veículos e demais meios de divulgação de publicidade de natureza institucional de interesse da Câmara Municipal de Santos, a fim de atender à necessidade que será apresentada adiante.

O parágrafo 1º, do artigo 2º da Lei nº 12.232 dispõe que:

“§ 1º Nas contratações de serviços de publicidade, poderão ser incluídos como atividades complementares os serviços especializados pertinentes:

I - ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas, respeitado o disposto no art. 3º desta Lei;

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

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

2. DESCRIÇÃO DAS NECESSIDADES

A presente solução colaborará para o desempenho da missão institucional da Câmara Municipal de Santos, contribuindo para o alcance do interesse público, consolidando a comunicação da Câmara com a sociedade, propiciando transparência e controle social aos cidadãos, através do atendimento dos seguintes objetivos institucionais:

- a) Promover o fortalecimento da democracia e dos poderes que a garantem através da interação com o cidadão;
- b) Estimular a participação popular no debate e na definição de políticas públicas e prioridades sociais;
- c) Contribuir para o conhecimento e a compreensão da legislação municipal;
- d) Disseminar informações de interesse dos diversos segmentos sociais, serviços e direitos dos cidadãos;
- e) Contribuir para a transparência e compreensão dos atos, funções e responsabilidades do Legislativo Municipal.

A solução promoverá cidadania, divulgando as ações do Legislativo, destacando as diretrizes do trabalho



CÂMARA MUNICIPAL DE SANTOS

SECRETARIA DE PLANEJAMENTO E FINANÇAS

CONCORRÊNCIA Nº 01/2024 - PROCESSO Nº 1443/2022

desenvolvido; apresentará as ações promovidas pelo mandato dos vereadores e pelas comissões permanentes, bem como a intermediação da Câmara Municipal de Santos junto ao governo para sanar as demandas sociais; conscientizará a população em geral para que participe das sessões e reuniões, leve sugestões, tenha voz e vez na política legislativa do município; promoverá esclarecimentos acerca das diferentes funções realizadas pelo Poder Legislativo, em relação ao Executivo e Judiciário e combaterá informações falsas e incorretas; o acesso às informações será ampliado, alcançando as mais diversas classes sociais e diversos públicos existentes no município. O trabalho deve ocorrer conforme os conceitos de inovação, dinamismo, transparência e participação popular. O atendimento aos princípios da Administração Pública, em especial, a publicidade, bem como a difusão de informação e a transparência da atuação da Câmara são interesses públicos a serem atendidos pela solução proporcionada pela futura contratação.

As estratégias de comunicação serão traçadas respeitando todos os parâmetros constitucionais cabíveis, em destaque o parágrafo 1º, artigo 37, da Constituição Federal de 1988: “§ 1º A publicidade dos atos, programas, obras, serviços e campanhas dos órgãos públicos deverá ter caráter educativo, informativo ou de orientação social, dela não podendo constar nomes, símbolos ou imagens que caracterizem promoção pessoal de autoridades ou servidores públicos”. Também serão observadas, especialmente, a eficiência no alcance do público-alvo e a economicidade na aplicação dos recursos.

Os cidadãos em geral, em especial, os Santistas, e pessoas que tenham interesse em informações sobre as ações e o trabalho realizado pela Câmara Municipal de Santos são o principal público desta contratação.

A Câmara Municipal de Santos não dispõe dos profissionais e tecnologias expertas, as quais são essenciais para dirimir as necessidades apresentadas. Atualmente, a necessidade da prestação de serviços de publicidade é atendida de forma satisfatória pelo contrato número 03/2019, conforme processo 1443/2022.

Desta forma, para apresentar a melhor solução para a prestação de serviços de comunicação, faz-se necessário o presente estudo.

3. UNIDADE REQUISITANTE

Diretoria de Comunicação.

4. DESCRIÇÃO DOS REQUISITOS DA CONTRATAÇÃO

4.1 Remuneração

Para a remuneração dos serviços de comunicação serão seguidos parâmetros estabelecidos em normas e legislações específicas, conforme os itens a seguir:

4.1.1 Condições de remuneração

Pelos serviços prestados, a empresa contratada será remunerada da seguinte forma:

- a) percentual de desconto sobre os custos internos, baseados na tabela de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de São Paulo–SINAPRO/SP, conforme a proposta apresentada pela licitante vencedora;
- b) honorários (em percentual) de até 10% (dez por cento), conforme constar na proposta comercial da Contratada, a serem cobrados da Câmara Municipal de Santos, incidente sobre os custos comprovados de outros serviços, cuja produção seja incumbida a terceiros sob a supervisão da empresa contratada, referentes à peça e/ou material cuja distribuição não proporcione à licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965.

4.1.2 Desconto de agência



CÂMARA MUNICIPAL DE SANTOS

SECRETARIA DE PLANEJAMENTO E FINANÇAS

CONCORRÊNCIA Nº 01/2024 - PROCESSO Nº 1443/2022

Além da remuneração prevista no item 4, a empresa contratada fará jus ao desconto de agência concedido pelos veículos e demais meios de divulgação, em conformidade com o art. 11 da Lei n.º 4.680/65.

4.2 Requisitos Técnicos

Apresentar a documentação para a comprovação da habilitação jurídica, da qualificação econômico-financeira, de regularidade fiscal e trabalhista.

Apresenta a documentação para a comprovação da qualificação técnica, que consiste em:

- a) Certificado de qualificação técnica emitido pelo Conselho Executivo de Normas-Padrão – CENP (art. 4º da Lei nº 12.232/10) ou por entidade equivalente, legalmente reconhecida como fiscalizadora e certificadora das condições técnicas das agências de propaganda;
- b) Um Atestado, no mínimo, expedido por pessoas jurídicas de direito público ou privado comprovando a realização de serviços pertinentes e compatíveis/similares ao do objeto desta licitação;
- c) Comprovação de a licitante possuir, em seu quadro permanente, profissionais (relação de pessoal técnico com a respectiva qualificação) para executar os serviços de que trata a presente licitação;
 - c.1) A comprovação acima mencionada pode ser feita através de cópia de registro do empregado (carteira profissional) ou outro documento que comprove o registro profissional.
- d) Declaração expressa de que a licitante possui condições operacionais de funcionamento, dispondo de estrutura técnico-administrativa capaz de garantir a prestação dos serviços licitados.

Os atestados deverão ser apresentados em papel timbrado do emitente ou conter razão social, CNPJ, endereço, telefone e ser firmados pelos responsáveis legais.

4.3 Natureza do Serviço

Os serviços de comunicação institucional são de natureza intelectual, não se enquadrando, portanto, no conceito de bens e serviços comuns.

A prestação contínua do serviço ocorre por sua essencialidade às atividades de comunicação da Câmara Municipal de Santos, para o cumprimento legal da publicidade e transparência aos atos realizados por esta Casa de Leis.

4.4 Requisitos de Acessibilidade e Sustentabilidade

A solução deverá atender aos critérios legais vigentes e cabíveis relativos à promoção de acessibilidade.

Destaca-se a Lei nº 10.098/2000, que estabelece normas gerais e critérios básicos para a promoção da acessibilidade.

A empresa contratada deverá atender às legislações ambientais, bem como executar os serviços de forma a causar o mínimo impacto no meio ambiente

4.5 Subcontratação, Consórcio, Participação de Microempresas e Empresas de Pequeno Porte

Tendo em vista o histórico favorável da licitação anterior, objeto do processo nº 1332/2017, será vedada parcialmente a subcontratação, à exceção de serviços tocantes à publicização, irradiação, transmissão e demais veiculações, em formato físico e digital, em suportes alheios a esta Câmara Municipal de Santos, tais quais jornais, revistas, portais digitais, painéis físicos ou digitais, rádios, canais televisivos, digitais, de *streaming* e veículos afins

Ainda em atenção ao sucesso da licitação dada no processo anterior e ao volume do serviço prestado (baseando-se nos exercícios anteriores), bem como a eventuais adversidades de comunicação causadas pela divisão de campanhas/peças publicitárias entre mais de uma empresa, opta-se pela vedação relativa à participação de licitantes em consórcio.

Quanto à participação de Microempreendedor Individual (MEI), indicamos a vedação, tendo em vista que o MEI não pode obter a certificação do Conselho Executivo das Normas-Padrão (CENP). Isso ocorre porque determinadas



CÂMARA MUNICIPAL DE SANTOS

SECRETARIA DE PLANEJAMENTO E FINANÇAS

CONCORRÊNCIA Nº 01/2024 - PROCESSO Nº 1443/2022

atividades, como as desempenhadas por agências de publicidade, exigem regularização específica e qualificação técnica, sendo incompatíveis com o regime do MEI devido ao elevado grau de especialização exigido.

4.6 Regime de Execução

A contratação de agência especializada para a prestação de serviço de publicidade para a Câmara Municipal de Santos ocorrerá por execução indireta, sob o regime de empreitada por preço unitário.

Os serviços deverão ser executados e entregues, conforme venham a ser solicitados pela Câmara Municipal de Santos no prazo estabelecido na Ordem de Execução de Serviços, a contar da emissão da mesma.

Todos os serviços a serem prestados pela empresa contratada deverão ser precedidos da apresentação do competente projeto de apropriação de custos, o qual, após aprovação, gerará a expedição de Ordem de Execução de Serviços.

Para a execução dos serviços a empresa contratada deverá obter aprovação prévia da Câmara Municipal de Santos, por escrito, inclusive para assumir quaisquer despesas decorrentes do Contrato (materiais, bens e serviços), bem como despesas de produção, veiculação e publicidade, mediante amostras, leiautes, provas, pilotos, etc., que comprovem efetivamente os aspectos técnicos de produtos/serviços contratados.

Todos os serviços realizados serão documentados através da apresentação dos respectivos comprovantes de produção/veiculação, cópias das faturas e duplicatas quitadas, emitidas pelos fornecedores e veículos.

Os serviços serão executados pela empresa contratada, fornecedores e veículos, sendo permitida a contratação dos serviços complementares e de divulgação necessários ao cumprimento do objeto licitado.

Somente pessoas físicas ou jurídicas previamente cadastradas pela Câmara Municipal de Santos poderão fornecer à empresa contratada bens ou serviços especializados relacionados com as atividades complementares da execução do objeto do contrato, nos termos do §1º do art. 2º da Lei no 12.232/2010.

O fornecimento de bens ou serviços especializados na conformidade do previsto no subitem anterior exigirá sempre a apresentação pela empresa contratada à Câmara Municipal de Santos de 3 (três) orçamentos obtidos no ramo do fornecimento pretendido.

No caso do subitem acima, a empresa contratada procederá à coleta de orçamentos de fornecedores em envelopes fechados, que serão abertos em sessão pública, convocada e realizada sob fiscalização da Câmara Municipal de Santos, sempre que o fornecimento de bens ou serviços tiver valor superior a 0,5% (meio por cento) do valor global do contrato.

A agência empresa contratada deverá, durante o período de, no mínimo, 5 (cinco) anos após a extinção do contrato, manter acervo comprobatório da totalidade dos serviços prestados e as peças publicitárias produzidas.

Quanto aos direitos autorais, serão observadas as seguintes disposições:

- a) a empresa contratada cede à Câmara Municipal de Santos, de forma total e definitiva, os direitos patrimoniais de uso de ideias (incluídos os estudos, análises e planos), peças (material gráfico, eletrônico e multimídia), softwares, CDs, composições, arranjos, execução de trilha sonora e jingles, animação, pantomima, publicações editoriais e quaisquer outras assemelhadas, de sua propriedade, concebidas, criadas e produzidas em decorrência deste contrato, ressalvados os direitos de terceiros.
- b) a cessão de que trata a alínea anterior "a" será por tempo indeterminado, ficando vedada à empresa contratada a cobrança de qualquer remuneração adicional ou especial, durante a vigência do contrato e/ou mesmo após o seu término.
- c) a Câmara Municipal de Santos poderá, a seu critério, utilizar os direitos cedidos, diretamente ou através de



CÂMARA MUNICIPAL DE SANTOS

SECRETARIA DE PLANEJAMENTO E FINANÇAS

CONCORRÊNCIA Nº 01/2024 - PROCESSO Nº 1443/2022

terceiros, com ou sem modificações, após a vigência do contrato, inclusive em caso de rescisão, não cabendo à empresa contratada qualquer espécie de remuneração.

d) a juízo da Câmara Municipal de Santos, as peças criadas pela empresa contratada poderão ser reutilizadas pela Câmara Municipal de Santos, sem que caiba à Câmara Municipal de Santos qualquer ônus perante a empresa contratada.

e) caberá às agências de propaganda com que mantenham contrato, quando couber, efetuar o acordo comercial com os eventuais detentores dos direitos de autor e conexos relacionados com a produção externa das peças.

f) com vistas às contratações para a execução de serviços que envolvam direitos de autor e conexos, a empresa contratada solicitará aos fornecedores orçamentos que prevejam a cessão dos respectivos direitos patrimoniais durante e após a vigência do contrato pela Câmara Municipal de Santos.

g) a empresa contratada utilizará os trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos de autor e conexos dentro dos limites estipulados no respectivo ato de cessão e condicionará a contratação ao estabelecimento, no ato de cessão, orçamento ou contrato, de cláusulas em que o fornecedor garanta a cessão durante e após a vigência do contrato pelo prazo definido pela Câmara Municipal de Santos.

h) a empresa contratada deverá obter liberação, licenças, permissões e/ou autorizações que lhe permitam a utilização de fotografias, materiais, artes ou qualquer bem, na execução e divulgação dos serviços contratados, responsabilizando-se pela fiel observância dos limites fixados nos documentos acima mencionados e, mantendo a Câmara Municipal de Santos a salvo de todos os pleitos, demandas, despesas, obrigações, processos e inquéritos contra ou envolvendo a Câmara Municipal de Santos como resultado ou decorrência do uso dos mesmos, fora das condições autorizadas.

i) Qualquer remuneração relativa à cessão de direitos autorais de terceiros será considerada como incluída no custo da produção.

4.7 Critérios Objetivos de Julgamento

Os critérios de julgamento foram estabelecidos de forma objetiva, conforme a legislação, respeitando os princípios da Administração Pública e em atendimento às necessidades da Câmara Municipal de Santos.

A elaboração dos critérios de pontuação e julgamento das propostas ocorre em alinhamento às necessidades apresentadas no presente Estudo. A **proposta técnica** será estruturada com quesitos pré-definidos, conforme o **briefing**, a fim de expor o planejamento de comunicação da empresa contratada e sua capacidade técnica. O julgamento das propostas técnicas será realizado por Subcomissão Técnica especificamente selecionada para este fim. As propostas serão apresentadas conforme o modelo definido no Edital.

Por meio da avaliação dos quesitos, será possível identificar as estratégias propostas para que a solução alcance todo o público-alvo, de forma criativa e eficiente, e a capacidade de solucionar problemas de comunicação, garantindo o alcance dos objetivos de comunicação da Administração com qualidade e transparência.

5. LEVANTAMENTO DE MERCADO

Considera-se que há clara definição legal para contratação que atenderá a necessidade apresentada. Considera-se também que há contratação anterior para o objeto em questão, que durante a vigência deste contrato a necessidade foi sanada de forma satisfatória e com cumprimento de todos os ditames legais, sem questionamentos de órgãos de controle.

Desta forma, a solução atende plenamente às demandas da Diretoria de Comunicação, segundo as previsões legais



CÂMARA MUNICIPAL DE SANTOS

SECRETARIA DE PLANEJAMENTO E FINANÇAS

CONCORRÊNCIA Nº 01/2024 - PROCESSO Nº 1443/2022

dispostas na Lei nº 12.232/2010 e nº 14.133/2021.

O orçamento destinado para esta finalidade encontra-se determinado no Plano de Contratações Anual de 2025, a quantia de R\$ 1.500.000,00.

6. DESCRIÇÃO DA SOLUÇÃO COMO UM TODO

Conforme definido no artigo 5º, da Lei nº 12.232, a modalidade da licitação será a Concorrência, do tipo “técnica e preço”.

As vantagens do tipo de licitação técnica e preço são demonstradas pelo fato de tornar possível a obtenção da melhor qualificação técnica com economia de recursos durante a contratação.

A execução será indireta, sob o regime de empreitada por preço unitário.

O contrato terá **duração de 60 meses**, a contar da data de sua assinatura, podendo ser prorrogado, conforme a vigência máxima decenal prevista na Lei nº 14.133/2021.

Como já citado, a prestação contínua do serviço ocorre por sua essencialidade às atividades de comunicação da Câmara Municipal de Santos, para o cumprimento legal da publicidade e transparência aos atos realizados por esta Casa de Leis. Desta forma, a interrupção dos serviços, mesmo que temporariamente, poderia acarretar prejuízos no cumprimento das obrigações legais relativas a publicidade e transparência, e do compromisso da Câmara com a sociedade, por meio do controle social.

6.1 Detalhamento do serviço:

A prestação de serviços de publicidade é descrita nos termos do artigo 2º, da Lei nº 12.232.

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

- a) ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento relativos à execução do contrato;
- b) à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinada a expandir os efeitos das mensagens e das ações publicitárias, em consonância com novas tecnologias;
- c) à produção e à execução técnica das peças e/ou projetos criados pela agência.

As pesquisas e outros instrumentos de avaliação previstos na alínea ‘a’ terão a finalidade específica de:

- a) gerar conhecimento sobre o ambiente de atuação da Câmara Municipal de Santos, o público-alvo e os veículos de divulgação nos quais serão difundidas as campanhas ou peças;
- b) aferir o desenvolvimento estratégico, a criação e a divulgação de mensagens;
- c) possibilitar a mensuração dos resultados das campanhas ou peças publicitárias realizadas em decorrência da execução do contrato.

É vedada a inclusão nas pesquisas e avaliações previstas na alínea “a” de matéria estranha ou que não guarde pertinência temática com a ação publicitária ou com o objeto do contrato de prestação de serviços de publicidade.

Os serviços previstos no objeto não abrangem as atividades de assessoria de comunicação, imprensa e relações públicas e a realização de eventos festivos de qualquer natureza, projetos de ambientação e decoração, montagem de estandes em feiras e exposições e serviços correlatos, viabilização de cotas de patrocínio para divulgação de projetos social, cultural e esportivo e merchandising com apoio da Câmara Municipal de Santos, e atividades de desenvolvimento e implantação de serviços para internet, conforme regulamenta a Lei Federal nº 12.232/2010, em seu artigo 2º, §2º.

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



CÂMARA MUNICIPAL DE SANTOS

SECRETARIA DE PLANEJAMENTO E FINANÇAS

CONCORRÊNCIA Nº 01/2024 - PROCESSO Nº 1443/2022

comunicação e o patrocínio da transmissão de eventos esportivos, culturais ou de entretenimento, comercializados por veículo de comunicação.

Os serviços abrangem as ações de publicidade institucional e de utilidade pública, sobre todos os assuntos e temas de competência ou interesse da Câmara Municipal de Santos.

Os serviços serão contratados com agência de propaganda cujas atividades sejam disciplinadas pela Lei nº 4.680/1965 e que tenha obtido certificado de qualificação técnica de funcionamento, nos termos do art. 4º da Lei nº 12.232/2010.

A agência atuará por ordem e conta da Câmara Municipal de Santos, em conformidade com o art. 3º da Lei nº 4.680/1965, na contratação de fornecedores de bens e serviços especializados, para a execução das atividades complementares supracitadas, e de veículos e demais meios de divulgação, para a veiculação de mensagens publicitárias.

A agência atuará de acordo com solicitação da Câmara Municipal de Santos.

Por fim, destaca-se que a Comunicação Publicitária deve atender aos seguintes pontos:

- a) Preocupar-se em adequar as mensagens ao universo cultural dos segmentos de público;
- b) Ressaltar os benefícios das ações para a sociedade em geral e não só para o público diretamente atingido;
- c) Observar as normas para uso das marcas publicitárias do Poder Legislativo Municipal;
- d) Aplicar os recursos com eficiência e racionalidade.
- e) As ações devem ser informativas, educativas e estimular a participação popular e democratização da gestão pública.
- f) Utilizar-se de veículos tradicionais de comunicação de massa e das mídias alternativas e comunitárias.
- g) Utilizar os meios de comunicação próprios, tais como o portal da internet e mídias sociais (Instagram, Facebook), estratégias de mídia e não mídia.
- h) A campanha deve ter um conceito claro e apresentar uma justificativa que atenda aos objetivos visados.

7. ESTIMATIVA DAS QUANTIDADES

Este é um serviço de natureza intelectual, que envolve soluções publicitárias elaboradas, demandadas conforme os objetivos estabelecidos ao longo da execução contratual. Portanto, para esta contratação, não é cabível estimar previamente quantidades de produtos e serviços que serão executados ao longo da vigência contratual.

8. ESTIMATIVA DE VALOR DA CONTRATAÇÃO

O orçamento destinado por esta Câmara para gastos com serviços de publicidade encontra-se determinado no Plano de Contratações Anual de 2025, a quantia de R\$ 1.500.000,00.

9. PARCELAMENTO OU NÃO DA SOLUÇÃO

Avalia-se econômica e tecnicamente vantajoso não dividir a solução, pelas seguintes justificativas:

- a) Os serviços a serem executados são integrados;
- b) As informações e conteúdos publicitários são eficazes quando produzidos, executados e analisados em unicidade;
- c) A clareza da comunicação advém da coerência resultante da integração de todas as suas peças publicitárias;
- d) O andamento do contrato com um único fornecedor diminui o custo administrativo de gerenciamento de todo



CÂMARA MUNICIPAL DE SANTOS

SECRETARIA DE PLANEJAMENTO E FINANÇAS

CONCORRÊNCIA Nº 01/2024 - PROCESSO Nº 1443/2022

o processo de contratação.

Assim, a divisão da prestação deste serviço entre mais de uma empresa contratada geraria risco à execução bem-sucedida, pois dividiria a campanha em partes, gerando perda de qualidade e distanciamento da satisfação do interesse público.

10. CONTRATAÇÕES CORRELATAS E/OU INTERDEPENDENTES

Esta contratação não tem interdependência ou correlação com outras contratações.

11. PREVISÃO NO PLANO ANUAL DE CONTRATAÇÕES

O serviço a ser contratado está identificado como item 06 no Plano Anual de Contratações (PAC) da Câmara Municipal de Santos do exercício de 2025.

12. BENEFÍCIOS A SEREM ALCANÇADOS PELA CONTRATAÇÃO (RESULTADOS PRETENDIDOS)

A contratação é essencial para a manutenção da correta execução das atribuições da Diretoria de Comunicação, com atendimento aos objetivos da matéria pela Câmara Municipal de Santos e uso responsável do orçamento destinado para os fins de publicidade.

A prestação do serviço por empresa especializada dispensa a necessidade de gerenciamento de recursos humanos e materiais específicos para a solução em questão, considerando que, como já citado, esta Casa de Leis não dispõe de tais recursos.

Na atualidade, a comunicação ocorre de forma rápida e expansiva pelos mais variados meios de comunicação, o que exige soluções ágeis e especializadas, que alcancem toda a população, as quais serão disponibilizadas pela contratação.

Por meio da contratação, haverá a promoção dos trabalhos realizados por esta Casa de Leis e difusão de informação para toda a sociedade.

A contratação auxiliará no cumprimento do comando constitucional da publicidade, conforme parágrafo 1º, do artigo 37, da Constituição Federal de 1988, de forma eficiente e com economicidade.

Portanto, tal aquisição colaborará para o cumprimento do dever institucional desta Casa utilizando os recursos materiais e financeiros de forma consciente e com responsabilidade, primando pelo interesse público.

13. PROVIDÊNCIAS A SEREM ADOTADAS PELA ADMINISTRAÇÃO

Não são observadas necessidades de adequações pela Administração para a aplicação da solução em questão, pelo fato de já ocorrer de forma rotineira a prestação dos serviços em questão nesta Casa de Leis.

14. POSSÍVEIS IMPACTOS AMBIENTAIS

Não se vislumbram possíveis impactos ambientais decorrentes diretamente da prestação de serviço de comunicação. A prestação deste serviço ocorrerá com o uso de boas práticas relacionadas ao meio ambiente, não utilizará trabalho escravo ou infantil, e, durante o seu uso, terá impacto ambiental positivo, pois promoverá comunicação de forma acessível.

15. CONCLUSÃO SOBRE A CONTRATAÇÃO

Atender à necessidade apresentada demonstra-se fundamental para o cumprimento dos objetivos institucionais da



CÂMARA MUNICIPAL DE SANTOS

SECRETARIA DE PLANEJAMENTO E FINANÇAS

CONCORRÊNCIA Nº 01/2024 - PROCESSO Nº 1443/2022

Câmara Municipal de Santos, bem como para observação de comandos constitucionais, em destaque a publicidade. A viabilidade orçamentária é comprovada pela existência de dotação específica para os serviços de publicidade, bem como pela previsão do objeto no planejamento de contratações de 2025 da Câmara Municipal de Santos.

A contratação da solução aplicada observa as normas e legislações relacionadas ao objeto.

Conclui-se, portanto, diante do presente Estudo, ser viável esta contratação, por ser a solução que se adequa a necessidade, atendendo-a com eficiência e economicidade.



CÂMARA MUNICIPAL DE SANTOS

SECRETARIA DE PLANEJAMENTO E FINANÇAS

CONCORRÊNCIA Nº 01/2024 - PROCESSO Nº 1443/2022

ANÁLISE DE RISCOS

A análise de riscos da contratação referente ao processo 1443/2022 foi realizada utilizando a Planilha de Riscos, conforme orientação do Manual de Compras e Licitações (2023) da Câmara Municipal de Santos, e, também, considerando os riscos que possam comprometer o sucesso da licitação e a boa execução contratual, em respeito ao inciso X, artigo nº 39, do Ato da Mesa 17/2023.

Para a formação da Planilha, foram relacionados: os principais riscos desta contratação e suas possíveis consequências; as estratégias para tratamento destes riscos; e, suas respectivas pontuações, conforme Matriz abaixo:

MATRIZ DE PROBABILIDADE X IMPACTO			
	IMPACTO		
PROBABILIDADE DE OCORRÊNCIA	BAIXO	MÉDIO	ALTO
<u>ALTA</u>	<u>2</u>	<u>3</u>	<u>4</u>
<u>MÉDIA</u>	<u>1</u>	<u>2</u>	<u>3</u>
<u>BAIXA</u>	<u>1</u>	<u>1</u>	<u>2</u>

Foram relacionados os seguintes riscos:

PLANILHA DE RISCOS						
Descrição	Consequência	Ações Cabíveis	Probabilidade de Ocorrência	Impacto	Pontuação do Risco	Estratégia
RISCO 01: Atraso na conclusão do Processo de contratação da agência	Havendo atraso da disponibilização da solução, causando falta de ações de publicidade e comunicação, resultando na descontinuidade da prestação do serviço	Ação 1: Revisar os atos	Baixa	Baixo	1	Prevenir
		Ação 2: Seguir o fluxo processual				
RISCO 02: Contratação de solução incompatível com a padronização já existente na Administração	Perda de qualidade na solução	Ação 1: área técnica acompanhar as especificações durante todas as etapas do processo	Baixa	Baixo	1	Prevenir



CÂMARA MUNICIPAL DE SANTOS

SECRETARIA DE PLANEJAMENTO E FINANÇAS

CONCORRÊNCIA Nº 01/2024 - PROCESSO Nº 1443/2022

ANEXO I DO ESTUDO TÉCNICO PRELIMINAR

PROPOSTAS E CRITÉRIOS DE JULGAMENTO

1. ENTREGA DA PROPOSTA TÉCNICA

1.1 A Proposta Técnica deverá ser entregue acondicionada nos Invólucros nº 1, nº 2 e nº 3.

Invólucro nº 1

1.1.1 No Invólucro nº 1 deverá estar acondicionado o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, cuja formatação geral está definida nos itens 4.1 e 4.2 deste instrumento, bem como sua formatação específica em seus subquesitos.

1.1.1.1 Só será aceito o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada que estiver acondicionado no invólucro padronizado fornecido, obrigatoriamente, pela Câmara Municipal de Santos, conforme a seguir:

a) O invólucro padronizado deverá ser retirado pela interessada no endereço: Na Sala da Comissão de Contratação – situada no Prédio Anexo da Câmara Municipal de Santos (Praça Tenente Mauro Batista de Miranda, nº 01, Vila Nova, na cidade de Santos, Estado de São Paulo, CEP 11.013–360).

1.1.1.2 O Invólucro no 1 deverá estar fechado e lacrado ou colado sem rubrica.

1.1.1.3 Para preservar – até a abertura do Invólucro nº 2 – o sigilo quanto à autoria do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, o Invólucro nº 1 não poderá:

- a) ter nenhuma identificação;
- b) apresentar marca, sinal, etiqueta ou outro elemento que possibilite a identificação da licitante;
- c) estar danificado ou deformado pelas peças, materiais e/ou demais documentos nele acondicionados de modo a possibilitar a identificação da licitante, bem como seu conteúdo deve estar perfeitamente alocado em seu interior.

Invólucro nº 2

No Invólucro nº 2 deverá estar acondicionado o Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada, de que trata o item 4.3.

1.1.1.4 O Invólucro nº 2 deverá conter cópia do Plano de Comunicação Publicitária – Via não Identificada, sem os exemplos de peças referente à ideia criativa, estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

COMISSÃO DE CONTRATAÇÃO DA CÂMARA MUNICIPAL DE SANTOS

INVÓLUCRO Nº 02

PROPOSTA TÉCNICA - PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

VIA IDENTIFICADA

CONCORRÊNCIA Nº 01/2024

NOME EMPRESARIAL

CNPJ DA LICITANTE

1.1.1.5 O Invólucro nº 2 deverá ser providenciado pela licitante e poderá ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até sua abertura.

1.1.1.6 O objetivo exclusivo do Envelope nº 2 é a posterior identificação, para fins do cômputo geral de notas, das autoras do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, sendo seu conteúdo apenas usado como



CÂMARA MUNICIPAL DE SANTOS

SECRETARIA DE PLANEJAMENTO E FINANÇAS

CONCORRÊNCIA Nº 01/2024 - PROCESSO Nº 1443/2022

parâmetro de reconhecimento destas propostas.

Invólucro nº 3

1.1.2 No Invólucro nº 3 deverão estar acondicionados a Capacidade de Atendimento, o Repertório e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, de que tratam listados no subitem 3.1.

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

COMISSÃO DE CONTRATAÇÃO DA CÂMARA MUNICIPAL DE SANTOS
INVÓLUCRO Nº 03
PROPOSTA TÉCNICA - CAPACIDADE DE ATENDIMENTO, REPERTÓRIO E RELATOS DE
SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO
CONCORRÊNCIA Nº 01/2024
NOME EMPRESARIAL
CNPJ DA LICITANTE

1.1.2.2 O Invólucro nº 3 deverá ser providenciado pela licitante e poderá ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável quanto às informações de que trata, até sua abertura, sendo vedado o uso de caixas, envelopes e embalagens de dimensões superiores 10.000cm³ que dificultem o manejo do seu conteúdo.

1.1.2.2.1 O uso de embalagens de dimensões superiores as definidas neste termo para o Invólucro n.º 3 acarreta em automática desclassificação da concorrente.

1.1.2.3 O Invólucro nº 3 não poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária

– Via Não Identificada e possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do Invólucro nº 2.

2. ENTREGA DA PROPOSTA DE PREÇOS

2.1 A Proposta de Preços deverá ser entregue à Comissão de Contratação condicionada no Invólucro nº 4.

Invólucro nº 4

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

COMISSÃO DE CONTRATAÇÃO DA CÂMARA MUNICIPAL DE SANTOS
INVÓLUCRO Nº 04
PROPOSTA DE PREÇO
CONCORRÊNCIA Nº 01/2024
NOME EMPRESARIAL
CNPJ DA LICITANTE

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

2.1.3 O conteúdo do invólucro nº 4 deve se ater aos modelos e especificações definidos neste termo, sendo desconsideradas as Propostas de Preços que a fizerem de forma dissonante dos elementos aqui instituídos.



CÂMARA MUNICIPAL DE SANTOS

SECRETARIA DE PLANEJAMENTO E FINANÇAS

CONCORRÊNCIA Nº 01/2024 - PROCESSO Nº 1443/2022

3. APRESENTAÇÃO E ELABORAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA

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

Quesitos

I. Plano de Comunicação Publicitária, com os seguintes subquesitos:

- a) Raciocínio Básico;
- b) Estratégia de Comunicação Publicitária;
- c) Ideia Criativa;
- d) Estratégia de Mídia e Não Mídia.

II. Capacidade de Atendimento

III. Repertório

IV. Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

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

4. PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – VIA NÃO IDENTIFICADA

4.1 O Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada deverá ser apresentado da seguinte forma:

- a) em caderno único e com espiral preto colocado à esquerda;
- b) capa e contracapa em papel A4 branco, com 75 gr/m² a 90 gr/m², ambas em branco, não deverão ser usadas sobrecapas em plástico, acetato ou qualquer outro material;
- c) conteúdo impresso em papel A4, tipo offset ou equivalente, branco, com 75gr/m² a 90 gr/m², orientação retrato;
- d) espaçamento de 2 cm nas margens direita e esquerda, a partir da borda;
- e) títulos, entretítulos, parágrafos e linhas subsequentes sem recuos;
- f) espaçamento 'simples' entre as linhas e, opcionalmente, duplo após títulos e entretítulos e entre parágrafos;
- g) alinhamento justificado do texto;
- h) texto e numeração de páginas em fonte 'arial', cor 'automático', tamanho '12 pontos', sem prejuízo das exceções dispostas nos subitens 4.1.1, 4.1.2;
- i) numeração em todas as páginas, pelo editor de textos, a partir da primeira página interna, em algarismos arábicos, no canto inferior direito da folha;
- j) sem identificação da licitante;
- k) não serão permitidas notas de rodapé no corpo do texto e nenhum título, exceto como coadjuvante dos gráficos e tabelas, nos itens em que estes são expressamente permitidos.

4.1.1 Os subquesitos Raciocínio Básico e Estratégia de Comunicação Publicitária poderão ter gráfico e/ou tabela, observadas as seguintes regras:

- a) os gráficos ou tabelas poderão ser editados em cores;
- b) para os dados e informações dos quadros e/ou tabelas recomenda-se edição na fonte 'arial', em estilo 'normal', cor 'automático', tamanho '10 pontos';
- c) apenas as páginas em que estiverem inseridos os gráficos e/ou tabelas poderão ser apresentadas em papel A3 dobrado.

4.1.2 Os gráficos, tabelas e planilhas integrantes do subquesito Estratégia de Mídia e Não Mídia deverão ter fontes



CÂMARA MUNICIPAL DE SANTOS

SECRETARIA DE PLANEJAMENTO E FINANÇAS

CONCORRÊNCIA Nº 01/2024 - PROCESSO Nº 1443/2022

e tamanhos de fonte habitualmente utilizados nesses documentos e poderão ser editados em cores.

4.1.2.1 Apenas as páginas em que estiverem inseridos os gráficos, tabelas e planilhas desse subquesto poderão ser apresentadas em papel A3 dobrado.

4.1.3 Os exemplos de peças e/ou materiais integrantes do subquesto Ideia Criativa serão apresentados separadamente do caderno de que trata o subitem 4.1, apesar de integram o mesmo envelope.

4.1.4 Esses exemplos devem adequar-se às dimensões do Invólucro nº1, cabendo à licitante atentar para o disposto no subitem 1.1.1 a 1.1.1.3 do Anexo I – Propostas e Critérios de Julgamento, e demais exigências deste termo de referência.

4.1.4.1 Não é permitido que as peças sejam coladas em pranchas ou similares que possam determinar a identidade da licitante, nem o uso de pass-partout ou assemelhados. Quando impressas deve-se usar o padrão de gramatura de papel proposto (75 gr/m² a 90 gr/m²), além de respeitar a sugestão de exposição em folha que, quando dobrada e fechada, mantenha o formato A4 de forma a permitir sua melhor inserção e manuseio no invólucro padrão sem maiores transtornos à Subcomissão Técnica.

4.1.5 Os textos do Raciocínio Básico, da Estratégia de Comunicação Publicitária e da Ideia Criativa estão limitados, no conjunto, a 10 páginas.

4.1.6 Os textos da Estratégia de Mídia e Não Mídia não têm limitação quanto ao número de páginas.

4.1.7 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 mensagens publicitária.

4.1.8 Podem ser utilizadas páginas isoladas com a finalidade de identificar as etapas do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e seus subquestos: Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia. Não deverão ser lançados nessas páginas os subitens deste termo de referência a que corresponde o quesito e nem os textos expressos nesses subitens.

4.2 O Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, composto dos subquestos Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia deverá ser elaborado com base no Briefing, observadas as seguintes disposições:

4.2.1 Raciocínio Básico: composto de um texto, em que o licitante demonstrará sua compreensão sobre as necessidades de comunicação publicitária da Câmara Municipal de Santos, sua compreensão sobre o objeto da licitação e sobre o desafio de comunicação expresso através do Briefing. O texto deverá contemplar:

- a) diagnóstico e interpretação dos desafios e problemas de comunicação contidos no Briefing introduzindo o trabalho da licitante;
- b) considerações de público alvo;
- c) premissas básicas para o desenvolvimento da estratégia de comunicação que será desenvolvida pela agência licitante nos subitens que virão a seguir, incluindo a prioridade com que estas premissas devem ser atendidas nas estratégias subsequentes.

4.2.2 Estratégia de Comunicação Publicitária: derivado diretamente das considerações já apresentadas no subitem anterior, se constitui de apresentação pela licitante, das linhas gerais da proposta para suprir os desafios e problemas – geral e específicos – de comunicação a serem enfrentados e alcançar os objetivos previstos no Briefing, compreendendo:

- a) explicitação e defesa do partido temático e do conceito que, de acordo com seu raciocínio básico, devem fundamentar a proposta de solução publicitária, partindo do tema chave proposto no Briefing, descartando soluções eventualmente consideradas inicialmente na estratégia e justificando seu descarte;



CÂMARA MUNICIPAL DE SANTOS

SECRETARIA DE PLANEJAMENTO E FINANÇAS

CONCORRÊNCIA Nº 01/2024 - PROCESSO Nº 1443/2022

b) explicitação e defesa dos principais pontos da Estratégia de Comunicação Publicitária sugerida, no que destaca:

I. Definições sobre o comportamento dos públicos da campanha, formulando hipóteses e diagnósticos alicerçados em dados reconhecidos;

II. Definições sobre o conteúdo que deve estar inserido na campanha, em particular sobre o conteúdo e forma de abordar o público definido, norteando os itens que serão corporificados nas peças da relação presente na ideia criativa;

III. Desdobramentos posteriores da campanha, determinando como esta abordagem irá gerar longevidade à campanha;

IV. Definições temporais sobre o período correto de realizar a campanha, diante das diretrizes presentes;

V. Definições relativas ao modo de realizar a estratégia de campanha, em particular diretrizes gerais sobre os suportes midiáticos, instrumentos ou ferramentas que serão utilizados e razões que suportam essas diretrizes.

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

a) apresentar relação de todas as peças e/ou material que julgar necessários para a execução da sua proposta de estratégia de comunicação publicitária, como previsto anteriormente, com comentários sobre a construção criativa de cada peça e/ou material, podendo ser em texto corrido ou tópicos, a critério dos licitantes;

b) da relação prevista na alínea anterior, escolher e apresentar como exemplos, as peças e/ou materiais que julgar mais indicados para corporificar objetivamente sua proposta de solução do(s) desafio(s) ou problema(s), geral e/ou específico, de comunicação, conforme explicitado na estratégia de comunicação publicitária. As peças eleitas devem estar indicadas de forma clara no texto descrito na alínea anterior;

c) os comentários mencionados na alínea 'a' do item 4 deverão estar circunscritos à especificação de cada peça e/ou material, à explicitação das funções táticas que se pode esperar de cada peça e/ou material, e a sua detalhada especificação no caso das peças não corporificadas que eventualmente irão compor a campanha, bem como de suas técnicas construtivas quando pertinente;

d) os exemplos de peças e/ou materiais de que trata o item 4 estão limitados a 5 (cinco), independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça e/ou material, podendo ser apresentados sob qualquer forma impressa – desde roteiro, layout e/ou storyboard impressos, para qualquer meio; descritivos e gráficos impressos para protótipo; detalhamento impresso de roteiros para realização de peças destinadas a rádio e internet;

I. Todos os exemplos devem ser apresentados exclusivamente em substrato papel, conforme demais normativas do certame.

II. Se a campanha proposta pela licitante previr número de peças e/ou material superior ao que pode ser apresentado na forma 'exemplificada', esta deverá ser elaborada em dois blocos (de texto ou de tópicos, conforme escolha da licitante): um para as peças e / ou material apresentados como exemplos (peças tangibilizadas) e outro para o restante que não será exemplificado (peças não tangibilizadas).

III. As peças gráficas poderão ser impressas em tamanho real ou reduzido, desde que não prejudique sua leitura, sem limitação de cores, sem suporte e/ou passe-partout. Peças que não se ajustem às dimensões do Invólucro nº 1 podem ser dobradas.

IV. Cada peça e/ou material impresso deverá trazer indicação sucinta (exemplos: cartaz, roteiro de filme TV, roteiro de spot para rádio, anúncio em revista, frames de banner para internet, etc.) destinada a facilitar seu cotejo, pelos integrantes da Subcomissão Técnica.

e) para fins de cômputo das peças que podem apresentadas 'exemplificadas', devem ser observadas as



CÂMARA MUNICIPAL DE SANTOS

SECRETARIA DE PLANEJAMENTO E FINANÇAS

CONCORRÊNCIA Nº 01/2024 - PROCESSO Nº 1443/2022

seguintes regras:

- I. as reduções e variações de formato serão consideradas como novas peças;
- II. cada peça apresentada como parte de um kit será computada como parte da campanha sequencial, para qualquer meio (a exemplo de anúncio para revista e jornal e de painéis sequenciais de mídia exterior – outdoor, envelopamento de veículos, adesivagem de fingers – entre outros), apenas será considerada uma peça se o conjunto transmitir mensagem única;
- III. um hotsite e todas as suas páginas serão considerados uma peça;
- IV. um filme e o hotsite em que se encontra hospedado serão considerados duas peças;
- V. um banner e o hotsite para o qual ele esteja direcionado serão considerados duas peças;
- VI. um hotsite cuja página de abertura e/ou demais páginas internas sejam formadas por animações ou imagens captadas, formando um conjunto integrado ao hotsite, será considerado apenas uma peça.

4.2.4 Estratégia de Mídia e Não Mídia – constituída de:

- a) texto de apresentação em que a licitante explicitará e justificará a estratégia e as táticas recomendadas, em consonância com a estratégia de comunicação publicitária por ela sugerida e em função da verbareferencial indicada no Briefing anexo, sob a forma de textos, métricas, tabelas, gráficos e planilhas;
- b) texto diagnóstico sobre os públicos da campanha contemplados, seu consumo de mídia e perfis embasados em pesquisas e dados reconhecidos, sempre alicerçados em elementos demográficos e psicográficos, servindo de apoio aos argumentos oferecidos, o que inclui gráficos e tabelas referentes a estes conteúdos;
- c) texto com considerações detalhadas sobre as táticas de mídia propostas e números relativos ao alcance do plano proposto, permitindo a inclusão de tabelas e informações sobre as estratégias de flight propostas;
- d) simulação de plano de distribuição em que a licitante identificará todas as peças e/ou materiais destinados a veiculação, exposição ou distribuição, sob a forma de textos, métricas, tabelas, gráficos e planilhas que embasem as normativas técnicas utilizadas pelas licitantes para esta distribuição.
 - d.1) todas as peças e material que integrarem a relação comentada prevista na alínea 'a' do subitem 4.2.4 deverão constar dessa simulação, com os respectivos períodos de distribuição das pelas e/ou materiais e quantidades de inserção destes materiais;
- e) resumo geral com informações sobre, ao menos:
 - e.1) os valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em veículos de divulgação, separadamente por meios;
 - e.2) os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção e/ou na execução técnica de cada peça destinada a veículos de divulgação;
 - e.3) os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção de cada peça e/ou material de não mídia com as respectivas quantidades a serem produzidas;
 - e.4) demais valores (absolutos e percentuais) que incluam o orçamento estabelecido, inclusive custos de pesquisa e eventuais reservas técnicas designadas;
- f) quanto aos valores desta simulação, devem ser observados:
 - f.1) os preços das inserções em veículos de comunicação devem ser considerados os de tabela cheia, vigentes na data de publicação do Aviso de Licitação;
 - f.2) deve ser desconsiderado o repasse de parte do desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei n.º 4.680/1965;
 - f.3) não será necessário especificar os custos internos e honorários sobre serviços de fornecedores.



CÂMARA MUNICIPAL DE SANTOS

SECRETARIA DE PLANEJAMENTO E FINANÇAS

CONCORRÊNCIA Nº 01/2024 - PROCESSO Nº 1443/2022

Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada

4.3 O Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada, constitui-se do mesmo conteúdo da via não identificada, sem os exemplos de peças e/ou materiais da Ideia Criativa, com a identificação da licitante. Deve ser datado e assinado na última página e rubricado nas demais, por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado, uma vez que não tem como propósito nenhum tipo de avaliação técnica, sendo apenas referência para cotejamento dos conteúdos no momento final da avaliação desta etapa do certame.

Capacidade de Atendimento

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

4.4.1 Qualquer página com os documentos e informações previstos no subitem 4.4 poderá ser editada em papel A3 dobrado.

4.4.2 Os documentos e informações e o caderno específico mencionados no subitem 4.4 não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do Invólucro nº 2.

4.4.3 Não há limitação de número de páginas para apresentação do conteúdo do caderno da Capacidade de Atendimento.

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

- a) relação nominal dos seus principais clientes à época da licitação, com a especificação do início de atendimento de cada um deles;
- b) a quantificação e a qualificação, sob a forma de currículo resumido (no mínimo, nome, formação e experiência), dos profissionais que poderão ser colocados à disposição da execução do contrato, discriminando-se todas as áreas fundamentais: estudo; planejamento; criação; produção de rádio, produção em RTV e internet; produção gráfica; mídia;
- b.1) não é necessária rubrica ou autenticação destes currículos resumidos por parte dos profissionais, atentando a licitante ao observado nas cláusulas contratuais sobre equipe disponível para a Câmara Municipal de Santos;
- b.2) não é necessário currículo resumido dos profissionais que não integrem as áreas técnicas da agência;
- c) as instalações, a infraestrutura física, segurança de fluxo de dados, de processos e os recursos materiais que estarão à disposição para a execução do contrato;
- d) a sistemática de atendimento e discriminação dos prazos a serem praticados, em forma clara e em condições normais de trabalho, na criação de peça avulsa ou de campanha, na elaboração de plano de mídia e fluxo de trabalho;
- e) discriminação detalhada das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência, dos periódicos assinados e da(s) auditoria(s) de circulação e controle de mídia (com suas respectivas abrangências) que colocará regularmente à disposição da Câmara Municipal de Santos, sem ônus adicionais, na vigência do contrato.

Repertório

4.5 A licitante deverá apresentar os documentos, informações, peças e materiais que constituem o Repertório em caderno específico, com ou sem o uso de cores, em papel A4, em fonte 'arial', tamanho '12 pontos', em folhas numeradas sequencialmente, a partir da primeira página interna, rubricadas e assinadas na última por quem detenha



CÂMARA MUNICIPAL DE SANTOS

SECRETARIA DE PLANEJAMENTO E FINANÇAS

CONCORRÊNCIA Nº 01/2024 - PROCESSO Nº 1443/2022

poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

4.5.1 Qualquer página com os documentos e informações previstos no subitem poderá ser editada em papel A3 dobrado.

4.5.2 Não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do Invólucro nº 2.

4.5.3 Não há limitação de número de páginas para o conteúdo do caderno de apresentação do Repertório.

4.5.4 O repertório é composto por um conjunto de trabalhos produzidos e veiculados pela licitante, na seguinte forma:

- a) um DVD contendo até 03 (três) comerciais para televisão;
- b) um CD contendo até 03 (três) spots e/ou jingles para rádio;
- c) um conjunto de até 03 (três) anúncios destinados à mídia impressa.

Parágrafo único: além dos dispositivos mencionados na alínea “a” e “b”, os repertórios poderão ser entregues em outros tipos de armazenamento externo, desde que na mesma quantidade e que estejam em condições adequadas para visualização, executável em qualquer computador com sistema operacional Windows.

4.5.5 Para cada peça e/ou material, deverá ser apresentada ficha técnica e texto resumo com a indicação sucinta do problema que se propôs a resolver e parâmetros de construção da peça, além da identificação da licitante e de seu cliente, título, data de produção, período de veiculação, menção de pelo menos um veículo que divulgou cada peça e outras questões pertinentes.

4.5.6 Serão vedados os trabalhos que tiverem qualquer referência direta ou indireta a Câmara Municipal de Santos, mesmo que em regime de parceria com outros anunciantes.

4.5.7 As peças e/ou material devem ter sido veiculados, a partir de 01 de janeiro de 2012.

4.5.8 As peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD, CD ou outros tipos de armazenamento externo, desde que estejam em condições adequadas para visualização, executável em qualquer computador com sistema operacional windows.

4.5.8.1 Qualquer problema técnico referente a mídia apresentada pelas licitantes poderá ter reflexo direto nas notas das mesmas e será de total e exclusiva responsabilidade delas.

4.5.8.2 As peças gráficas poderão integrar o caderno em papel A4 ou A3 dobrado, ou ser apresentadas separadamente. Em todos os casos, deverá ser preservada a capacidade de leitura das peças e deverão ser indicadas suas dimensões originais.

4.5.8.3 Se apresentadas soltas, as peças poderão ter qualquer formato, dobradas ou não, desde que caibam no invólucro adequado.

Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

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

4.7 Poderá ser editada em papel A3 dobrado. Nesse caso, para fins do limite previsto no subitem 4.8, o papel A3 será computado como duas páginas de papel A4.

4.7.1 Os documentos e informações e o caderno específico mencionados no subitem precedente não poderão ter



CÂMARA MUNICIPAL DE SANTOS

SECRETARIA DE PLANEJAMENTO E FINANÇAS

CONCORRÊNCIA Nº 01/2024 - PROCESSO Nº 1443/2022

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

4.8 A licitante deverá apresentar 2 (dois) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, cada um com o máximo de 3 (três) páginas, em que serão descritas soluções bem-sucedidas de problemas de comunicação planejadas e propostas por ela e implementadas para seus clientes.

4.8.1 As propostas de que trata o subitem 4.8 devem ter sido implementadas a partir de 2010.

4.8.2 Se a licitante apresentar relatos em quantidade inferior à estabelecida no item 4.8, sua pontuação máxima, neste quesito, será proporcional ao número de relatos apresentados. A proporcionalidade será obtida mediante a aplicação da regra de três simples em relação à pontuação máxima prevista para o subitem.

4.8.3 Os relatos deverão estar formalmente referendados pelos respectivos clientes e não podem referir-se a ações de comunicação solicitadas e/ou aprovadas pela Câmara Municipal de Santos.

4.8.4 É facultada a inclusão de até 3 peças e/ou materiais, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça, para cada Relato.

5 REQUISITOS DA PROPOSTA DE PREÇOS

5.1 A Proposta de Preços deverá ser apresentada, em 02 (duas) vias, devendo ser redigida no idioma português, sem rasuras, emendas ou entrelinhas, digitada em papel timbrado, datada e assinada por representante legal do licitante, na última folha, e rubricada nas demais.

5.2 A Proposta de Preço deverá conter:

Itens sujeitos a valoração, contendo as informações constantes no modelo de Proposta de Preços – Anexo II, indicando os percentuais em algarismos e por extenso, com os seguintes dados:

a) percentual de desconto máximo a ser concedido a Câmara Municipal de Santos, sobre os CUSTOS INTERNOS, baseados na Tabela Referencial de Preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de São Paulo – SINAPRO/SP, conforme Anexo III a este Termo de Referência;

b) honorários (em percentual) de até 10% (dez por cento), a serem cobrados da Câmara Municipal de Santos incidentes sobre os custos comprovados de outros serviços, cuja produção seja incumbida a terceiros sob a supervisão da CONTRATADA, referentes à peça e/ou material cuja distribuição não proporcione à licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965.

5.3 Declaração assinada pelo titular da licitante ou seu procurador legalmente designado, sobre o tratamento dos direitos autorais dos produtos de comunicação e peças publicitárias que vier a produzir, estabelecendo:

5.3.1 para os direitos de autoria intelectual (criação, textos, ideias, projetos), a cessão durante ou após a vigência do contrato, dos direitos patrimoniais de uso, sem qualquer pagamento à licitante;

5.3.2 para os direitos de imagem (atores e modelos) e de obras artísticas preexistentes (ou de sua reprodução), o licenciamento de uso durante ou após a vigência do prazo de duração do contrato, sem qualquer pagamento à licitante;

5.3.3 o compromisso de fazer constar, em destaque, em todos os orçamentos de produção de peças publicitárias, os valores dos cachês e os licenciamentos de uso de obras artísticas preexistentes, inclusos nesses orçamentos.

5.4 Declaração assinada pelo titular da licitante ou seu procurador legalmente designado, se comprometendo a repassar a Câmara Municipal de Santos todas as vantagens (pecuniárias ou não) obtidas nas negociações de preço com os veículos de comunicação e demais fornecedores e prestadores de serviços;

5.5 Os trabalhos desenvolvidos internamente pela agência serão remunerados de acordo com os valores



CÂMARA MUNICIPAL DE SANTOS

SECRETARIA DE PLANEJAMENTO E FINANÇAS

CONCORRÊNCIA Nº 01/2024 - PROCESSO Nº 1443/2022

constantes da Tabela Referencial de Preços do SINAPRO/SP, aplicando-se sobre ela, o desconto oferecido na Proposta de Preços da licitante.

5.6 Nos preços propostos estão inclusas todas as despesas com materiais, mão-de-obra e respectivos encargos sociais, tributários, seguros, transportes e demais despesas necessárias à execução dos serviços objeto desta licitação, a cargo da licitante, inclusive cessão de direitos autorais. Na ausência dessa declaração, serão consideradas inclusas todas as despesas mencionadas neste item;

5.7 O prazo de validade da proposta será de no mínimo 180 (cento e oitenta) dias, contados da data da entrega dos envelopes.

6 PONTUAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA

6.1 Para efeito de avaliação do PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA, a licitante deverá apresentar uma campanha simulada, sobre o tema hipotético “com verba de R\$ 250.000,00 (duzentos e cinquenta mil reais) e duração de 90 (noventa) dias, conforme Briefing – Anexo I deste Termo de Referência.

6.2 DO JULGAMENTO DA PROPOSTA TÉCNICA

6.2.1 As Propostas Técnicas serão julgadas, avaliadas e classificadas de acordo com os critérios pertinentes e adequados ao objeto licitado definidos neste Termo de Referência por uma Subcomissão Técnica especificamente selecionada para este fim, conforme normativas da legislação em vigor, aferindo-se a nota a partir do somatório dos pontos obtidos nos quesitos técnicos constantes da proposta do licitante.

6.2.2 Serão levados em conta pela Subcomissão Técnica, como critério de julgamento técnico, os atributos da Proposta Técnica conforme itens a seguir, tendo cada quesito ou subquesito objetos específicos para análise.

6.3 ATRIBUTOS DE AVALIAÇÃO DO PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – VIA NÃO IDENTIFICADA.

6.3.1 Raciocínio Básico – serão analisados a acuidade de compreensão e análise:

- a) sobre a natureza e a extensão do objeto da licitação e presença de dados que referenciem esta acuidade;
- b) do(s) desafio(s) ou do(s) problema(s), geral e/ou específico, de comunicação a ser(em) enfrentado(s);
- c) das necessidades de comunicação institucional da Câmara Municipal de Santos conforme Briefing Anexo I, a este Termo de Referência.

6.3.2 Estratégia de Comunicação Publicitária – serão observadas nas propostas das concorrentes:

- a) a adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza e à qualificação (e a seu(s) desafio(s) ou problema(s), geral e/ou específico), de comunicação, conforme o Briefing;
- b) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do temático e do conceito propostos;
- c) a riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação da Câmara Municipal de Santos com seus públicos a partir da eventual implantação da campanha;
- d) a adequação e a exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do(s) desafio(s) ou do(s) problema(s), geral e/ou específico, de comunicação da conforme o Briefing em anexo;
- e) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta e táticas derivadas;
- f) a capacidade de articular os conhecimentos sobre a comunicação institucional da Câmara Municipal de Santos seu(s) desafio(s) ou problema(s), geral e/ou específico, de comunicação, seus públicos, os objetivos, geral e específicos, de comunicação previstos no Briefing e a verba disponível conforme o Briefing em anexo;
- g) a composição de pontos de contato com os diversos públicos constantes em Briefing e sua concretização



CÂMARA MUNICIPAL DE SANTOS

SECRETARIA DE PLANEJAMENTO E FINANÇAS

CONCORRÊNCIA Nº 01/2024 - PROCESSO Nº 1443/2022

em estratégia pertinente ao desafio proposto;

h) as referências estratégicas capazes de alimentar os pontos fundamentais do plano de comunicação com destaque para as questões de público (quantitativas e comportamentais), forma, temporalidade e meios utilizados.

6.3.3 Ideia Criativa – serão observadas nas propostas das licitantes:

a) sua adequação ao(s) desafio(s) ou problema(s), geral e/ou específico, de comunicação da Câmara Municipal de Santos conforme o Briefing em anexo.

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

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

d) a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;

e) originalidade da combinação dos elementos que a constituem;

f) a unidade entre as peças que compõem a campanha;

g) a simplicidade da forma sob a qual se apresenta, bem como sua capacidade de síntese;

h) sua pertinência às atividades da comunicação de utilidade pública da Câmara Municipal de Santos e à sua inserção nos contextos social, político e econômico;

i) os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças e/ou materiais apresentados;

j) a exequibilidade das peças e/ou dos materiais e sua composição de imagem e de conteúdo;

k) a compatibilidade da linguagem utilizada nas peças e/ou nos materiais aos substratos midiáticos e aos públicos propostos;

l) o manejo e adequação da linguagem e composição de imagem, demonstrada em sua unidade criativa e qualidade técnica e nos exemplos apresentados.

6.3.4 Estratégia de Mídia e Não Mídia – serão observadas nas propostas das licitantes:

a) o conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público prioritário constantes no Briefing e seus desdobramentos de target;

b) a capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos, tanto demográficos quanto psicográficos, bem como uso de fontes confiáveis;

c) a consistência do plano simulado de distribuição das peças e/ou dos materiais em relação às duas alíneas anteriores, evidenciada pelo suporte de dados que norteiam essa simulação;

d) a pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos de comunicação próprios da Câmara Municipal de Santos;

e) a proporcionalidade na distribuição dos recursos entre suas alíneas;

f) a economicidade e consciência na aplicação da verba de mídia disponível, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças e/ou dos materiais e suas justificativas táticas e disponibilidade de métricas que as embasem;

g) a otimização da mídia segmentada, digital, alternativa e de massa;

h) a existência de descritivos claros, em valores percentuais e absolutos, capazes de resumir a proposta apresentada e sua proporcionalidade.

6.3.5 CAPACIDADE DE ATENDIMENTO – serão observadas nas propostas das licitantes:

a) a consonância da atual carteira com os problemas e desafios da Câmara Municipal de Santos;

b) a experiência e formação dos profissionais da licitante em atividades publicitárias e de comunicação



CÂMARA MUNICIPAL DE SANTOS

SECRETARIA DE PLANEJAMENTO E FINANÇAS

CONCORRÊNCIA Nº 01/2024 - PROCESSO Nº 1443/2022

integrada;

- c) a adequação das qualificações e da quantificação desses profissionais à estratégia de comunicação publicitária institucional da Câmara Municipal de Santos;
- d) a adequação das instalações, da infraestrutura física e dos recursos materiais e de segurança que estarão à disposição da execução do contrato;
- e) a operacionalidade do relacionamento entre a Câmara Municipal de Santos e a licitante, esquematizado na proposta, incluindo sistematização de reuniões e prazos de realização e alteração de peças, fluxos de trabalho, além das demais questões que explicitam o funcionamento deste relacionamento, tais como o trato das informações e segurança;
- f) a relevância e a utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que a licitante colocará regularmente à disposição da Câmara Municipal de Santos sem ônus adicional, durante a vigência do contrato;
- g) a existência de equipe dedicada ao trato da conta de comunicação institucional da Câmara Municipal de Santos, bem como a definição técnica dos profissionais à disposição nesta condição.

6.3.6 REPERTÓRIO – serão observadas nas propostas das concorrentes:

- a) a ideia criativa, e sua adequação e pertinência ao problema que a licitante se propôs a resolver;
- b) a qualidade da execução e do acabamento da peça e/ou material, evidenciada pelas dimensões técnicas de produção e construção criativa em cada um dos meios onde estas peças foram inseridas;
- c) a clareza da exposição das informações prestadas, tanto nas peças, quanto nos resumos que tratam do caso em que elas estão inseridas;
- d) a exequibilidade das soluções diante das verbas claramente propostas, pela facilidade de implantação e sua relação particular com o impacto desejável junto aos públicos para as quais foram desenvolvidas;
- e) a diversidade de casos e sua aderência aos desafios presentes no manejo das questões de comunicação da Câmara Municipal de Santos.

6.3.7 RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO – serão observadas nas propostas das concorrentes:

- a) a evidência de planejamento publicitário detectada na transformação dos cenários apresentados em novos dados e conclusões estratégicas a partir do problema proposto pelo cliente;
- b) a consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução;
- c) a relevância dos resultados apresentados a partir da solução de comunicação apresentada pela licitante e dela derivados;
- d) a concatenação lógica da exposição, incluindo a ordenação narrativa do caso.

6.4 DA PONTUAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA

6.4.1 A nota da Proposta Técnica será apurada atribuindo aos quesitos e subquesitos, no máximo, os seguintes pontos, no total de 100 (cem), distribuídos conforme descritos nos itens a seguir.

6.4.2 Raciocínio Básico: máximo de 10 (dez) pontos, da seguinte forma:

- Clareza e embasamento no conhecimento das características gerais da comunicação institucional da Câmara Municipal de Santos.....1,0 (um) ponto.
- Conhecimento genérico dos serviços prestados pela Câmara Municipal de Santos em todas as áreas contempladas pelo Termo de Referência 2,0 (dois) pontos.
- Adequada compreensão da linha de atuação específica da Câmara Municipal de Santos, tanto em sua



CÂMARA MUNICIPAL DE SANTOS

SECRETARIA DE PLANEJAMENTO E FINANÇAS

CONCORRÊNCIA Nº 01/2024 - PROCESSO Nº 1443/2022

missão na construção de publicidades educativas, informativas de natureza institucional, quanto na linha de atuação em questão..... 3,0 (três) pontos.

– Acuidade de compreensão demonstrada em relação às necessidades de comunicação dessa específica linha de atuação 4,0 (quatro) pontos.

6.4.3 Estratégia de Comunicação: máximo de 20 (vinte) pontos, da seguinte forma:

– a adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza e à qualificação das campanhas da Câmara Municipal de Santos e a seu (s) desafio(s) ou problema(s), geral e/ou específico, de comunicação5,0 (cinco) pontos.

– a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito propostos pela licitante e sua riqueza de desdobramentos positivos para a comunicação institucional da Câmara Municipal de Santos com seus público 5,0(cinco) pontos.

– desenvolvimento, adequação, e exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do(s) desafio(s) 6,0 (seis) pontos.

– a consistência lógica da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta e sua capacidade de articulação com os desafios de comunicação e públicos 4,0 (quatro) pontos.

6.4.4 Ideia Criativa: máximo de 21 (vinte e um) pontos, da seguinte forma:

– estratégia de comunicação que atenda a todos os pontos da campanha propostos no Briefing 6,0 (seis) pontos.

– capacidade de síntese da estratégia de comunicação e manejo adequação da linguagem, demonstrados em sua unidade criativa e qualidade técnica dos exemplos apresentados 4,0 (quarto) pontos.

– cobertura de público envolvido pela linha de atuação contemplada pela estratégia sugerida..... 4,0 (quarto) pontos.

– originalidade na combinação de seus elementos constitutivos revelada nos roteiros e textos de peças publicitárias que se apresentarem e exequibilidade das soluções propostas 7,0 (sete) pontos.

6.4.5 Estratégia de Mídia e Não Mídia: máximo de 14 (quatorze) pontos, da seguinte forma:

– Conhecimento de hábitos de comunicação do público envolvido com a linha de atuação.....3,0 (três) pontos.

– Capacidade analítica revelada no estudo desses hábitos e nas conclusões oferecidas à formulação da mídia, bem como da busca de fontes para embasar estes dados 3,0 (três) pontos.

– Estudo de distribuição da verba da linha de atuação, em vista de suas diferentes necessidades entre as diversas áreas de serviços da Câmara Municipal de Santos, em particular a otimização da mídia segmentada, digital, alternativa e de massa ...4,0 (quarto) pontos.

– Consciência e economicidade do plano geral de utilização da verba publicitária da linha de atuação simulada na proposta, incluídas métricas e rentabilidades mensuráveis 4,0 (quarto) pontos.

6.4.6 Capacidade de Atendimento: máximo de 15 (quinze) pontos, da seguinte forma:

– Capacidade geral de atendimento revelada pela licitante, considerando a adequação das instalações, da infraestrutura física, dos recursos materiais, da quantidade e qualificação dos profissionais nos diferentes setores da licitante colocados à disposição da Câmara Municipal de Santos4,0 (quarto) pontos.

– Sistemática de atendimento, revelada no julgamento dos quesitos: operacionalidade (fluxo e normas), segurança, presteza no atendimento às solicitações e grau de liberdade conferido à na escolha de soluções alternativas..... 6,0 (seis) pontos.



CÂMARA MUNICIPAL DE SANTOS

SECRETARIA DE PLANEJAMENTO E FINANÇAS

CONCORRÊNCIA Nº 01/2024 - PROCESSO Nº 1443/2022

– A existência de equipe dedicada ao trato da conta, bem como a qualidade da definição técnica especificamente destes profissionais à disposição Câmara Municipal de Santos 5,0 (cinco) pontos.

6.4.7 Repertório: máximo de 10 (dez) pontos, da seguinte forma:

– Capacidade técnica e artística revelada pela licitante no atendimento a outros clientes, de acordo com as amostras de peças incluídas na proposta e aferidas pelos quesitos de concepção e pertinência criativa.....4,0 (quatro) pontos.

– Clareza da exposição das informações prestadas, tanto nas peças, quanto nos resumos que tratam do caso em que elas estão inseridas.....2,0 (dois) pontos.

– Qualidade de execução e exequibilidade das soluções diante dos problemas propostos..... 4,0 (quarto) pontos.

6.4.8 Relato de Soluções de Problemas de Comunicação: máximo de 10 (dez) pontos, da seguinte forma:

– A evidência de planejamento publicitário 2,0 (dois) pontos.

– A consistência das relações de causa e efeito entre problema encontrado e a solução proposta 2,0 (dois) pontos.

- A relevância dos resultados apresentados diante dos desafios 3,0 (três) pontos.

- Na concatenação lógica da exposição, incluindo a ordenação narrativa do caso 3,0 (três) pontos.

6.5 DA ESCALA DE AVALIAÇÃO

6.5.1 Os números de pontos indicados em cada quesito relacionado nos subitens anteriores serão considerados, como notas máximas, de cada membro da Subcomissão Técnica, para efeito de atribuição das notas.

6.5.2 A nota será atribuída partindo de uma escala de 0,0 (zero) ponto até a quantidade máxima de pontos indicada em cada quesito, efetuando-se os cálculos com, no máximo, duas casas decimais.

6.5.3 A Subcomissão Técnica reavaliará a pontuação atribuída a um quesito sempre que a diferença entre a maior e a menor pontuação for superior a 20% (vinte por cento) da pontuação máxima atribuída à cada licitante no quesito, com o fim de restabelecer o equilíbrio das avaliações, de conformidade com os critérios objetivos previstos neste Termo de Referência.

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

6.6 DA DESCLASSIFICAÇÃO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

6.6.1 Será desclassificada a Proposta que:

- a) não atender às exigências do Termo de Referência e de seus anexos;
- b) não alcançar, somadas todas as etapas, a nota mínima de 50 (cinquenta) pontos;
- c) obtiver pontuação 0,00 (zero) em quaisquer dos quesitos.

7 PONTUAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇOS

7.1 A Proposta de Preços será pontuada conforme abaixo:

- a) desconto (em percentual) a ser concedido sobre os CUSTOS INTERNOS, baseados na Tabela do SINAPRO/SP:

Desconto inferior a 20% = Nota Zero

Desconto igual ou superior a 20% : Nota = 0,8 x Desconto



CÂMARA MUNICIPAL DE SANTOS

SECRETARIA DE PLANEJAMENTO E FINANÇAS

CONCORRÊNCIA Nº 01/2024 - PROCESSO Nº 1443/2022

Desconto igual ou superior a 60%: Nota = 0,9 x Desconto

b) Honorários (em percentual) a serem cobrados da Câmara Municipal de Santos, incidentes sobre os custos comprovados de outros serviços, cuja produção seja incumbida a terceiros sob a supervisão da CONTRATADA, e não lhe enseje o desconto de Agência:

Honorário superior a 10%: Nota = Zero

Honorário igual ou inferior a 10%: Nota = 4 x (10 – honorário)

7.1.1 A nota de cada proposta de preços será obtida mediante o somatório das notas das alíneas “a” e “b” do item 7.1 Sendo considerada como proposta de menor preço aquela que obtiver o maior somatório das notas de preços.

7.2 As propostas comerciais serão classificadas pela ordem decrescente.

de preços propostos, representados pelo somatório das notas atribuídas nas alíneas “a” e “b” do item 7.1.

7.2.1. Será desclassificada a Proposta de Preços que apresentar preços baseados em outra Proposta ou que contiver quaisquer itens condicionantes para a entrega dos serviços.

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

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

8 JULGAMENTO FINAL

8.1 A classificação das propostas será feita de acordo com a média ponderada das valorizações das propostas técnicas e de preço, de acordo com os pesos estabelecidos neste Termo de Referência, mediante a aplicação da seguinte fórmula:

$$\text{Nota Final} = \frac{(\text{Nota técnica} \times 0,70) + (\text{Nota de preços} \times 0,30)}{10}$$

10

8.2 A classificação das propostas será feita em ordem decrescente considerando os valores das Notas Finais.



CÂMARA MUNICIPAL DE SANTOS

SECRETARIA DE PLANEJAMENTO E FINANÇAS

CONCORRÊNCIA Nº 01/2024 - PROCESSO Nº 1443/2022

ANEXO II DO ESTUDO TÉCNICO PRELIMINAR

BRIEFING

Este briefing tem por objetivo ajudar na elaboração de propostas pelos participantes desta Concorrência, que visa à contratação de uma agência de comunicação, publicidade e propaganda para a prestação de serviços de comunicação, publicidade e propaganda para a CÂMARA MUNICIPAL DE SANTOS.

1. INTRODUÇÃO

Tendo como base a premissa de que a propaganda institucional deve ser concebida como conjunto de técnicas e ferramentas capazes de informar e orientar a população em geral sobre os diversos serviços ofertados pela administração municipal. E, considerando que “a publicidade dos atos, programas, obras, serviços, e campanhas dos órgãos públicos deverá ter caráter educativo, informativo ou de orientação social, dela não podendo constar nomes, símbolos ou imagens que caracterizem promoção pessoal de autoridades ou servidores públicos” (Constituição Federal, Art. 37: 1º), a Câmara Municipal de Santos busca a contratação de uma empresa de comunicação, com objetivo de instrumentalizar seu próprio órgão de comunicação, seja com o apoio técnico de serviços ao quais não dispõe, seja para promover a efetiva divulgação de serviços de publicidade legal, institucional ou promocional das ações, atos e demais medidas capitaneadas pelo Legislativo, através dos diversos meios de comunicação, bem como o planejamento, concepção e execução, de acordo com a política de comunicação adotada pelo órgão público. Os serviços prestados devem se pautar pelos princípios constitucionais, tendo como principais referências:

a) O SUPORTE TÉCNICO deve desdobrar-se em tarefas que englobem a publicidade dos atos do Legislativo, bem como a participação da Câmara em eventos institucionais.

Daí, portanto, a necessidade de auxílio de uma empresa que possa prestar suporte a esses setores. Neste sentido, a licitante terá em conta, concomitantemente, a ética profissional e os princípios da administração pública, comprometendo-se os profissionais a seguirem as determinações do órgão público no assessoramento de comunicação social.

b) A PUBLICIDADE DOS ATOS LEGISLATIVOS, seja em televisão, rádio, impressos e internet, e demais ações pertinentes à Casa, deve ser realizada de modo a tornar acessível ao cidadão as informações sobre os trabalhos do legislativo municipal e suas consequências no cotidiano da população. Tal comunicação tem a obrigação de ser clara, objetiva e educativa, visando à aproximação entre população e Câmara Municipal. Da mesma forma, buscar a valorização do trabalho do Parlamento como instituição, acentuando o efeito sobre o dia a dia da sociedade e dos cidadãos nas decisões emanadas por esse Poder.

c) O CARÁTER EDUCATIVO deve ser sempre uma referência nas ações realizadas, buscando orientar / conscientizar a população acerca de fatos e/ou valores relevantes para a comunidade como, por exemplo, a cidadania, liberdades públicas, direito de voto, o patriotismo; assim como sobre o zelo com equipamentos públicos, posto que serve à educação, formação ou aprimoramento da consciência comunitária. Nossa Casa possui um amplo calendário de eventos do gênero, que pouco tem contado com a participação do público, em função de limitações operacionais.

2. INFORMAÇÕES DO CLIENTE

Atualmente, a Câmara Municipal de Santos é composta por 21 (vinte e um) vereadores para um mandato de 4



CÂMARA MUNICIPAL DE SANTOS

SECRETARIA DE PLANEJAMENTO E FINANÇAS

CONCORRÊNCIA Nº 01/2024 - PROCESSO Nº 1443/2022

(quatro anos). O Poder Legislativo exerce três funções primordiais, de acordo com a Constituição Federal: legislar, fiscalizar a administração pública e representar a população. Pode ser considerado o mais democrático e transparente dos três poderes (Executivo, Legislativo e Judiciário).

Entendemos que é preciso que a comunicação do poder legislativo ganhe independência para não confundir a população sobre os diferentes trabalhos realizados pelos distintos poderes, já que aos olhos do povo, especialmente Legislativo e Executivo caminham em sintonia. São muitas ações que precisam ganhar visibilidade, pois além das promovidas pelo mandato dos vereadores, a Câmara de Santos possui 15 comissões permanentes, que atuam em diversas áreas, além das sessões ordinárias (às segundas e quintas-feiras, a partir das 18h) e extraordinárias.

Nas audiências públicas e reuniões das comissões, os parlamentares discutem, com os mais variados segmentos da sociedade, temas importantes para o município, como o resultado dos debates que acontecem no Legislativo. Os vereadores, em conjunto com a sociedade, apresentam propostas de políticas públicas que melhorem a vida da população em seus mais diversos aspectos. Além das funções definidas constitucionalmente, a Câmara Municipal de Santos tem exercido nos últimos anos um papel destacado na intermediação junto ao governo para o atendimento das necessidades em importantes áreas como Educação, Saúde, Segurança e Infraestrutura. Igualmente tem sido chamada a mediar eventuais conflitos, quando interesses de determinados setores se contrapõem às decisões governamentais.

O trabalho realizado pelo Legislativo é de relevante importância para o desenvolvimento da cidade de Santos. Por isso, a comunicação é fator fundamental.

O objetivo principal da política de comunicação da Câmara, portanto, é tornar acessível ao cidadão todos os trabalhos desenvolvidos pelo agente público mais próximo do povo, que é o vereador.

Projeto Câmara Jovem

A Câmara Jovem promove a integração da Câmara Municipal de Santos com os estudantes dos ensinos Fundamental e Médio da cidade. O projeto é uma parceria do Legislativo com a Secretaria de Educação, Diretoria Regional de Ensino, OAB-Subseção Santos, Justiça Eleitoral, Movimento Voto Consciente, Conselhos Municipais dos Direitos da Criança e do Adolescente, da Juventude e de Educação, e o Fórum da Cidadania.

Sede da Câmara Municipal de Santos

Desde agosto de 2011, Santos abriga seu Legislativo no antigo edifício que serviu de sede ao Corpo de Bombeiros, projetado pelo engenheiro e arquiteto Maximiliano Emílio Hehl, em 1907. O prédio, que foi totalmente restaurado, fica na Praça Tenente Mauro Batista Miranda, nº 1, Vila Nova, e abriga no andar superior a Presidência da Casa. Entre o espaço histórico e o edifício construído, um espelho d'água recebe o visitante que, da área preservada, entra na moderna Câmara Legislativa. O prédio, que tem três andares, foi projetado pelo arquiteto Ney Caldato e abriga os gabinetes dos vereadores.

Memorial do Bombeiro

Em 2012 foi inaugurado no térreo do Castelinho o Memorial do Bombeiro, uma sala de exposição de fotos e equipamentos que contam a história da corporação.

Auditório

No térreo também está o auditório vereadora Zeny de Sá Goulart, em homenagem à primeira vereadora de Santos, eleita em 1936. O local é utilizado para cursos, palestras e audiências públicas, com capacidade para 98 pessoas.

Plenário Oswaldo de Rosis

As matérias mais importantes para o desenvolvimento de Santos e de seu povo passam pelo Plenário Oswaldo de



CÂMARA MUNICIPAL DE SANTOS

SECRETARIA DE PLANEJAMENTO E FINANÇAS

CONCORRÊNCIA Nº 01/2024 - PROCESSO Nº 1443/2022

Rosis, onde acontecem às sessões ordinárias e extraordinárias, e também as solenidades, no primeiro andar do prédio novo. O local, onde funcionam salas para a taquigrafia, imprensa e cabine de edição, presta uma homenagem a uma das figuras públicas de grande destaque da cidade: Dr. Oswaldo, presidente da Câmara duas vezes (nos biênios 1977/1978 e 1981/1982). A galeria do plenário tem capacidade para 116 pessoas.

Espaço para Eventos

No terceiro andar do edifício novo há um espaço para eventos. Neste local, abre-se um pequeno terraço para a encosta do Monte Serrat.

Visite a Câmara

O Castelinho está de portas abertas. Visitas monitoradas, as terças e quintas-feiras, podem ser agendadas pelo telefone (12) 3211-4109 para estudantes dos ensinos Fundamental e Médio, além de universitários.

Informações complementares

Site: www.camarasantos.sp.gov.br Facebook: www.facebook.com/CamaraMunicipaldeSantos Instagram:

@camaradesantos Twitter: @camarasantos1

Youtube: @tvcamaramunicipaldesantos1

3. OBJETIVOS INSTITUCIONAIS

- Promover o fortalecimento da democracia e dos poderes que a garantem através da interação com o cidadão;
- Estimular a participação popular no debate e na definição de políticas públicas e prioridades sociais;
- Contribuir para o conhecimento e a compreensão da legislação municipal;
- Disseminar informações de interesse dos diversos segmentos sociais, serviços e direitos dos cidadãos;
- Contribuir para a transparência e compreensão dos atos, funções e responsabilidades do Legislativo Municipal.

4. OBJETIVO DE COMUNICAÇÃO

Informar à sociedade a relevância e abrangência do papel da Câmara Municipal de Santos, tanto em relação às suas funções constitucionais, como em relação aos outros papéis que vêm assumindo nos últimos anos e de que forma essa atuação pode impactar efetivamente na vida dos santistas, além de promover a aproximação do cidadão da atividade parlamentar, fazendo-o entender que o Legislativo é o meio pelo qual sua vontade pode ser efetivamente manifestada. Assim, a campanha deve buscar conscientizar a sociedade sobre a importância do Poder Legislativo e contribuir para seu fortalecimento.

5. PROBLEMA A SER RESOLVIDO

Dar maior publicidade à sociedade sobre o papel da Câmara Municipal, bem como à função do Legislativo e ao trabalho por ele desenvolvido. Conscientizar a população em geral para que participe das sessões e reuniões, leve sugestões, tenha voz e vez na política legislativa do município.

6. TEMA BÁSICO

Promover a cidadania. O foco é divulgar as ações do Legislativo, destacando as diretrizes do trabalho desenvolvido. A ideia é ampliar as possibilidades de acesso às informações, entre as mais diversas classes sociais, alcançando os diversos públicos existentes no município. O trabalho deve nortear-se pelos conceitos de inovação, dinamismo,



CÂMARA MUNICIPAL DE SANTOS

SECRETARIA DE PLANEJAMENTO E FINANÇAS

CONCORRÊNCIA Nº 01/2024 - PROCESSO Nº 1443/2022

transparência e participação popular.

7. PÚBLICO-ALVO

População santista, de todos os bairros, de todas as classes sociais, com idade a partir de 7 anos.

8. EXPECTATIVA DA CAMPANHA

Divulgar para a população o programa de trabalho da Câmara Municipal de Santos, seus serviços e os benefícios que ele traz para a população.

9. PERÍODO DA CAMPANHA

90 (noventa) dias.

10. ORÇAMENTO PARA CAMPANHA

Cada licitante deverá desenvolver uma campanha publicitária de acordo com as informações disponíveis no briefing, tendo como referencial uma verba máxima de R\$ 250.000,00 (duzentos e cinquenta mil reais).

11. MÍDIAS

Mídia impressa, eletrônica e digital.

12. OUTRAS INFORMAÇÕES RELEVANTES

A Comunicação Publicitária deve se preocupar em adequar as mensagens ao universo cultural dos segmentos de público; ressaltar os benefícios das ações para a sociedade em geral e não só para o público diretamente atingido; observar as normas para uso das marcas publicitárias do Poder Legislativo Municipal; aplicar os recursos com eficiência e racionalidade. As ações devem ser informativas, educativas e estimular a participação popular e democratização da gestão pública. Utilizar-se de veículos tradicionais de comunicação de massa e das mídias alternativas e comunitárias.

Utilizar os meios de comunicação próprios, tais como o portal da internet e mídias sociais (twitter, facebook), estratégias de mídia e não mídia.

A campanha deve ter um conceito claro e apresentar uma justificativa que atenda aos objetivos visados.



CÂMARA MUNICIPAL DE SANTOS

SECRETARIA DE PLANEJAMENTO E FINANÇAS

CONCORRÊNCIA Nº 01/2024 - PROCESSO Nº 1443/2022

ANEXO II

MODELO DE PROPOSTA DE PREÇOS

(Usar papel timbrado do licitante)

À Comissão de Contratatação

CONCORRÊNCIA Nº 01/2024

Processo nº 1443/2022

OBJETO: Contratação de agência especializada para prestação de serviços de publicidade para a Câmara Municipal de Santos, conforme especificações técnicas e condições estabelecidas neste Termo de Referência.

Razão Social do Proponente:

CNPJ/MF:

Endereço Completo:

Telefone/Fax/E-mail:

Dados Bancários:

1. Pela presente, declaramos estar de acordo com todos os preceitos legais em vigor, especialmente a Lei Federal nº 14.133/2021, a Lei Federal nº 12.232 de abril de 2010, e com as condições desta licitação;
2. Declaramos que inexistem quaisquer óbices legais que nos impeçam de participar da mencionada licitação;
3. Declaramos que todos os custos estão incluídos no preço proposto, tais como: impostos, encargos trabalhistas, previdenciários, fiscais e comerciais, gastos com prêmios de seguro, transporte, fretes e despesas de qualquer natureza que se fizerem indispensáveis à perfeita execução do objeto desta licitação;
4. Aceitamos todas as condições, para a prestação dos serviços descritos e estamos cientes das sanções e penalidades pelo não cumprimento;
5. Declaramos que, na vigência do contrato decorrente dessa licitação, de acordo com as condições estabelecidas no ato convocatório da licitação, e em conformidade com as especificações mínimas constantes nos anexos, serão cobrados os seguintes honorários:
 - a) Em decorrência dos trabalhos de criação e produção interna, será aplicada a Tabela Referencial de Custos Internos editada pelo Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de São Paulo, com desconto de _____% (por cento), respeitado o limite mínimo estabelecido no Edital.
 - b) Honorários de _____ % (por cento), incidente sobre os custos comprovados de outros serviços, cuja produção seja de terceiros sob a supervisão da CONTRATADA referentes à peça e/ou material cuja distribuição não proporcione à licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação nos termos do artigo 11 da Lei nº 4.680/1965.
6. Declaramos que:
 - a) comprometemo-nos 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 a Câmara Municipal de Santos as vantagens obtidas;
 - b) estamos cientes e de acordo com as disposições alusivas a direitos autorais estabelecidas neste Edital;
 - c) que o preço proposto será de exclusiva responsabilidade da CONTRATADA e não lhe assistirá o direito de



CÂMARA MUNICIPAL DE SANTOS

SECRETARIA DE PLANEJAMENTO E FINANÇAS

CONCORRÊNCIA Nº 01/2024 - PROCESSO Nº 1443/2022

pleitear, na vigência dos contratos a serem firmados, nenhuma alteração, sob a alegação de erro, omissão ou qualquer outro pretexto;

d) comprometemo-nos a repassar a Câmara Municipal de Santos todas as vantagens (pecuniárias ou não) obtidas nas negociações de preço com os veículos de comunicação e demais fornecedores e prestadores de serviços;

e) que os preços propostos estão inclusos todas as despesas com materiais, mão-de-obra e respectivos encargos sociais, tributários, seguros, transportes e demais despesas necessárias à execução dos serviços objeto desta licitação, inclusive cessão de direitos autorais. Na ausência dessa declaração serão consideradas inclusas todas as despesas mencionadas nesta alínea;

f) comprometemo-nos de fazer constar, em destaque, em todos os orçamentos de produção de peças, os valores dos cachês e os licenciamentos de uso de obras artísticas preexistente, incluso nesses orçamentos;

g) comprometemo-nos de seguir todas as regras legais relativas a levantamento de orçamentos de terceirizados, conforme normatização da Lei Federal Nº 12.232/2010 que rege este certame.

7. Declaramos, quanto ao tratamento dos direitos autorais dos produtos de comunicação e peças publicitárias que viermos a produzir, que:

a) para os direitos de autoria intelectual (criação, textos, ideias, projetos), a cessão durante ou após a vigência do contrato, dos direitos patrimoniais de uso, sem qualquer pagamento à licitante;

b) para os direitos de imagem (atores e modelos) e de obras artísticas preexistentes (ou de sua reprodução), o licenciamento de uso durante ou após a vigência do prazo de duração de contrato, sem qualquer pagamento à licitante.

8. Os trabalhos desenvolvidos internamente pela Agência serão remunerados de acordo com os valores constantes da Tabela Referencial de Preço do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de São Paulo – SINAPRO/SP, aplicando-se o desconto oferecido na proposta do licitante.

9. O desconto de agência ou honorários de mídia deverá respeitar a legislação vigente que trata da matéria, em especial o disposto no artigo 11 da Lei nº 4.680/65 e nos termos do artigo 19 da Lei nº 12.232/2010.

Atenção aos prazos e condições abaixo especificados:

Condições de Pagamento: o pagamento será efetuado através de cheque nominal, a ser retirado na Tesouraria, ou depósito em conta bancária, em até 13 (treze) dias da liquidação da despesa, acompanhada das notas fiscais/faturas emitidas por fornecedores em face da Contratante, e atesto do gestor técnico da contratação, designado pela Contratante. Incumbe à contratada, o pagamento dos fornecedores de serviços complementares e veículos, por ela contratados por ordem e conta da Câmara Municipal de Santos, devendo apresentar comprovante deste pagamento.

Validade da Proposta: 180 (cento e oitenta) dias contatos da data da entrega dos envelopes.

Prazo Contratual: 60 (sessenta) meses, conforme Termo de Referência.

Santos, de de 202X.

(assinatura do representante legal da empresa)



CÂMARA MUNICIPAL DE SANTOS

SECRETARIA DE PLANEJAMENTO E FINANÇAS

CONCORRÊNCIA Nº 01/2024 - PROCESSO Nº 1443/2022

ANEXO III

MODELO DE DECLARAÇÃO DE REGULARIDADE PARA PARTICIPAR DE LICITAÇÕES

(Usar papel timbrado do licitante)

À Comissão de Contratatação

CONCORRÊNCIA Nº 01/2024

Processo nº 1443/2022

A _____ (completar com nome ou razão social do licitante), CNPJ nº _____, situada _____ (completar com endereço), por intermédio de seu representante legal, o (a) _____, portador da Carteira de Identidade nº ___ e do CPF nº, ciente e de acordo com as condições contidas no edital, DECLARA, sob as penas da lei e para o específico fim habilitação na presente licitação, que:

- a) não se encontra, a qualquer título, suspensa do seu direito de participar de licitações ou de contratar com o Poder Público, em quaisquer das esferas da Federação;
- b) não se encontra, a qualquer título, sujeita à declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com o Poder Público, em quaisquer das esferas da Federação;
- c) não é e não possui dentre seus sócios titulares de mandato eletivo;
- d) não se encontra nos termos da legislação em vigor ou do edital da licitação em epígrafe, sujeita a qualquer impedimento legal para sua regular habilitação ou eventual contratação que deste procedimento possa decorrer.

Assim sendo, para os devidos fins de direito, possuindo poderes legais para tanto, firmo a presente.

Santos, de de 202X.

(assinatura do representante legal da empresa)



CÂMARA MUNICIPAL DE SANTOS

SECRETARIA DE PLANEJAMENTO E FINANÇAS

CONCORRÊNCIA Nº 01/2024 - PROCESSO Nº 1443/2022

ANEXO IV

MODELO DE DECLARAÇÃO DE INEXISTÊNCIA DE EMPREGADO MENOR / TRABALHO ESCRAVO NO QUADRO DA EMPRESA

(Usar papel timbrado do licitante)

À Comissão de Contratatação

CONCORRÊNCIA Nº 01/2024

Processo nº 1443/2022

A _____ (completar com nome ou razão social do licitante), CNPJ/MF nº _____, situada
_____ (completar com endereço), por intermédio de seu representante legal, o (a), portador da Carteira de
Identidade nº ___ e do CPF nº _____, DECLARA para fins do disposto no inciso VI do artigo 68 da Lei
nº 14.133/2021 que:

- Não emprega menor de 18 (dezoito) anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre, não emprega menor de 16 (dezesesseis) anos, além de não possuir, em sua atividade econômica nos termos do INCISO XXXIII DO ARTIGO 7º DA CONSTITUIÇÃO FEDERAL E INCISO VI DO ARTIGO 68 DA LEI Nº 14.133/2021;
- Não adota relação trabalhista caracterizando trabalho forçado ou análogo a trabalho escravo, nos termos dispostos nas Leis nº 9.777/ 1998, nº 10.803/2003; incisos III e IV do artigo 1º e Inciso III do Art. 5º, todos da Constituição Federal.

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

Santos, de de 202X.

(assinatura do representante legal da empresa)

Observação: em caso afirmativo, assinalar a ressalva acima sobre a contratação de aprendiz.



CÂMARA MUNICIPAL DE SANTOS

SECRETARIA DE PLANEJAMENTO E FINANÇAS

CONCORRÊNCIA Nº 01/2024 - PROCESSO Nº 1443/2022

ANEXO V

MODELO DE DECLARAÇÃO DE MICROEMPRESA OU EMPRESA DE PEQUENO PORTE

(Usar papel timbrado do licitante)

À Comissão de Contratatação

CONCORRÊNCIA Nº 01/2024

Processo nº 1443/2022

A Empresa _____, CNPJ nº _____, Endereço completo _____, por intermédio de seu representante legal, o(a) Sr.(a) _____, portador da Carteira de Identidade nº _____ e do CPF nº _____, DECLARA sob as penas da lei, sem prejuízo das sanções e multas previstas neste ato convocatório, que é _____ (microempresa ou empresa de pequeno porte), nos termos do enquadramento previsto na Lei Complementar nº 123/2006, cujos termos declaro conhecer na íntegra, estando apta, portanto, a exercer o direito de preferência como critério de desempate no procedimento licitatório em epígrafe, realizado pela CÂMARA MUNICIPAL DE SANTOS.

Santos, de de 202X.

(assinatura do representante legal da empresa)



CÂMARA MUNICIPAL DE SANTOS

SECRETARIA DE PLANEJAMENTO E FINANÇAS

CONCORRÊNCIA Nº 01/2024 - PROCESSO Nº 1443/2022

ANEXO VI

MODELO TERMO DE CREDENCIAMENTO

(Usar papel timbrado do licitante)

À Comissão de Contratatação

CONCORRÊNCIA Nº 01/2024

Processo nº 1443/2022

A empresa _____, CNPJ nº _____, com sede na _____
(endereço completo), por intermédio de seu representante legal, infra-assinado, para os fins de cumprimento do exigido pelo Edital, CREDENCIA o (a) Sr. (a) _____, portador(a) do RG nº _____ e do CPF nº _____, _____ (cargo ou função), para REPRESENTÁ-LA perante a CÂMARA MUNICIPAL DE SANTOS /SP, na licitação realizada na modalidade Concorrência, do tipo técnica e preço, podendo formular lances e praticar todos os atos inerentes ao certame, inclusive, interpor e desistir da interposição de recursos em todas as fases do referido certame.

Por ser expressão da verdade, firmo a presente.

Santos, de de 202X.

(assinatura do representante legal da empresa)



CÂMARA MUNICIPAL DE SANTOS

SECRETARIA DE PLANEJAMENTO E FINANÇAS

CONCORRÊNCIA Nº 01/2024 - PROCESSO Nº 1443/2022

ANEXO VII

MODELO DE DECLARAÇÃO DE CONFORMIDADE DE PROPOSTA

(Usar papel timbrado do licitante)

À Comissão de Contratatação

CONCORRÊNCIA Nº 01/2024

Processo nº 1443/2022

A empresa _____, CNPJ _____, sediada (endereço completo) _____, DECLARA, sob as penalidades da lei e sob pena de desclassificação que, suas propostas econômicas compreendem a integralidade dos custos para atendimento dos direitos trabalhistas assegurados na Constituição Federal, nas leis trabalhistas, nas normas infralegais, nas convenções coletivas de trabalho e nos termos de ajustamento de conduta vigentes na data de entrega das propostas, conforme § 1º, do inciso IV, do Art. 63, da Lei nº 14.133, de 2021 e em outras normas específicas.

Santos, de _____ de 202X.

(assinatura do representante legal da empresa)



CÂMARA MUNICIPAL DE SANTOS

SECRETARIA DE PLANEJAMENTO E FINANÇAS

CONCORRÊNCIA Nº 01/2024 - PROCESSO Nº 1443/2022

ANEXO VIII

MODELO DE DECLARAÇÃO DE CUMPRIMENTO DAS EXIGÊNCIAS LEGAIS DE RESERVA DE CARGOS PARA PESSOA COM DEFICIÊNCIA E REABILITADOS DA PREVIDÊNCIA SOCIAL

(Usar papel timbrado do licitante)

À Comissão de Contratatação

CONCORRÊNCIA Nº 01/2024

Processo nº 1443/2022

A empresa _____, inscrita no CNPJ/MF sob o nº _____,
sediada (endereço completo) _____, DECLARA, para os devidos fins, que cumpre as exigências
legais de reserva de cargos para pessoa com deficiência e para reabilitados da Previdência Social.

Santos, ____ de _____ de 202X.

Assinatura do representante da empresa



CÂMARA MUNICIPAL DE SANTOS

SECRETARIA DE PLANEJAMENTO E FINANÇAS

CONCORRÊNCIA Nº 01/2024 - PROCESSO Nº 1443/2022

ANEXO IX

MINUTA DO CONTRATO

CONTRATO Nº _____, PARA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE, QUE ENTRE SI CELEBRAM A CÂMARA MUNICIPAL DE SANTOS E A EMPRESA

Pelo presente instrumento, de um lado a **CÂMARA MUNICIPAL DE SANTOS**, Poder Legislativo Municipal, inscrita no CNPJ/MF sob nº 49.203.409/0001-02, com endereço na Tenente Mauro Batista de Miranda, nº 01, Vila Nova, Santos/SP, CEP 11013-360, doravante denominada **CONTRATANTE**, neste ato representada pelos membros de sua Mesa Diretora, a saber: o Presidente, Sr. **ADILSON DOS SANTOS JUNIOR**, Matrícula Funcional nº 284430; o 1º Secretário, Sr. **ADRIANO ALEX PIEMONTE**, Matrícula Funcional nº 371047; e o 2º Secretário, Sr. **MAURICIO CESAR CAMPOS SILVA**, Matrícula Funcional nº 387472, e de outro lado a empresa _____, inscrita no CNPJ/MF sob o nº _____, com endereço na _____, doravante designado **CONTRATADO**, neste ato representado por _____, conforme previsão do seu ato constitutivo (**#OU** procuração apresentada nos autos#), tendo em vista o que consta no Processo nº 1443/2022 e em observância às disposições da Lei nº 12.323/2010, Lei nº 14.133/2021, Ato da Mesa Diretora nº 17/2023 e legislação correlata, resolvem celebrar o presente **CONTRATO**, decorrente da Concorrência nº 01/2024, mediante a estipulação das cláusulas e condições a seguir enunciadas.

1. CLÁUSULA PRIMEIRA – OBJETO

- 1.1. O objeto do presente instrumento é a contratação de serviços de publicidade, de natureza intelectual e prestados de forma contínua, a teor da Lei nº 12.232/2010, compreendendo, conforme o seu artigo 2º, o conjunto de atividades realizadas 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 aos veículos e demais meios de divulgação de publicidade de natureza institucional de interesse da CONTRATANTE, a serem executados pela CONTRATADA nas condições estabelecidas no Termo de Referência e seus apêndices, que constituem o Anexo I do Edital da Concorrência nº 01/2024.
- 1.2. Vinculam esta contratação, independentemente de transcrição:
 - 1.2.1. O Termo de Referência;
 - 1.2.2. O Edital da Licitação;
 - 1.2.3. A Proposta da CONTRATADA;
 - 1.2.4. Eventuais anexos e apêndices dos documentos supracitados.

2. CLÁUSULA SEGUNDA – VIGÊNCIA E PRORROGAÇÃO

- 2.1. O prazo de vigência da contratação é de 60 meses, contados da assinatura da CONTRATANTE, prorrogável sucessivamente por até 10 anos, na forma dos artigos 106 e 107 da Lei nº 14.133/2021, a critério e interesse da



CÂMARA MUNICIPAL DE SANTOS

SECRETARIA DE PLANEJAMENTO E FINANÇAS

CONCORRÊNCIA Nº 01/2024 - PROCESSO Nº 1443/2022

CONTRATANTE.

- 2.2. A prorrogação de que trata esse item é condicionada à avaliação, pela autoridade competente, da vantajosidade da prorrogação, a qual deverá ser realizada motivadamente, com base no histórico da contratação, nos princípios da manutenção da necessidade, economicidade e oportunidade da contratação, e nos demais aspectos que forem julgados relevantes, permitida a negociação com o CONTRATADO, atentando, ainda, para o cumprimento dos seguintes requisitos:
 - 2.2.1. Estar formalmente demonstrado no processo que a forma de prestação dos serviços tem natureza continuada;
 - 2.2.2. Seja juntado relatório que discorra sobre a execução do contrato, com informações de que os serviços tenham sido prestados regularmente;
 - 2.2.3. Seja juntada justificativa e motivo, por escrito, de que a CONTRATANTE mantém interesse na realização do serviço;
 - 2.2.4. Haja manifestação expressa do CONTRATADO informando o interesse na prorrogação;
 - 2.2.5. Seja comprovado que o CONTRATADO mantém as condições iniciais de habilitação.
- 2.3. O CONTRATADO não tem direito subjetivo à prorrogação contratual.
- 2.4. A prorrogação do contrato deverá ser promovida mediante celebração de termo aditivo.
- 2.5. Nas eventuais prorrogações contratuais, os custos não renováveis já pagos ou amortizados ao longo do primeiro período de vigência da contratação deverão ser reduzidos ou eliminados como condição para a renovação.
- 2.6. O contrato não poderá ser prorrogado quando o CONTRATADO tiver sido penalizado nas sanções de declaração de inidoneidade ou impedimento de licitar e contratar com poder público, observadas as abrangências de aplicação.

3. CLÁUSULA TERCEIRA – MODELOS DE EXECUÇÃO E GESTÃO CONTRATUAIS

- 3.1. O regime de execução contratual, os modelos de gestão e de execução, assim como os prazos e condições de prestação do serviço e recebimento do objeto, constam no Termo de Referência e seus apêndices, que constituem anexo ao Edital da Concorrência nº 01/2024.

4. CLÁUSULA QUARTA – SUBCONTRATAÇÃO

- 4.1. É admitida a subcontratação apenas parcial do objeto, limitada aos serviços de publicização, irradiação, transmissão e demais veiculações, em formato físico e digital, em suportes alheios à CONTRATANTE, como jornais, revistas, portais digitais, painéis físicos ou digitais, rádios, canais televisivos, digitais, de streaming e veículos afins.

5. CLÁUSULA QUINTA – PREÇO

- 5.1. Pelos serviços objeto do presente contrato, o CONTRATADO será remunerada da seguinte forma:
 - 5.1.1. Percentual de desconto sobre os custos internos, baseados na tabela de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de São Paulo–SINAPRO/SP, conforme a proposta apresentada pelo CONTRATADO no certame.
 - 5.1.2. Honorários, em percentual de ____% (____ por cento), conforme constar na proposta comercial do CONTRATADO, a serem cobrados da CONTRATANTE, incidentes sobre os custos comprovados de outros serviços, cuja produção seja incumbida a terceiros sob a supervisão do CONTRATADO, referentes à peça e/ou material cuja distribuição não proporcione ao CONTRATADO o desconto de agência concedido pelos veículos de



CÂMARA MUNICIPAL DE SANTOS

SECRETARIA DE PLANEJAMENTO E FINANÇAS

CONCORRÊNCIA Nº 01/2024 - PROCESSO Nº 1443/2022

divulgação nos termos do artigo 11 da Lei nº 4.680/1965.

- 5.2. Além da remuneração prevista no item 5.1, o CONTRATADO fará jus ao desconto de agência concedido pelos veículos e demais meios de divulgação, em conformidade com o artigo 11 da Lei nº 4.680/1965.

6. CLÁUSULA SEXTA – PAGAMENTO

- 6.1. O prazo para pagamento ao CONTRATADO e demais condições pertinentes encontram-se definidos no Termo de Referência e seus apêndices, que constituem anexo ao Edital da Concorrência nº 01/2024.

7. CLÁUSULA SÉTIMA – REAJUSTE E REACTUAÇÃO DOS PREÇOS CONTRATADOS

- 7.1. Os valores de remuneração apurados nas condições previstas na Cláusula “5” são irreajustáveis no prazo de 01 ano contado da data da proposta do CONTRATADO. Após o interregno de 01 ano, e independentemente de pedido do CONTRATADO, os valores de remuneração apurados na forma da Cláusula “5” serão reajustados, mediante a aplicação da variação do IPC-Fipe, exclusivamente para obrigações iniciadas e concluídas após a anualidade.
- 7.2. Nos reajustes subsequentes ao primeiro, o interregno mínimo de um ano será contado a partir dos efeitos financeiros do último reajuste.
- 7.3. No caso de atraso ou não divulgação da variação do indexador de reajustamento (IPC-Fipe), a CONTRATANTE pagará ao CONTRATADO a importância calculada pela última variação conhecida, liquidando a diferença correspondente tão logo seja divulgado o índice definitivo.
- 7.4. Nas aferições finais, o índice utilizado para reajuste será, obrigatoriamente, o definitivo.
- 7.5. Caso o índice estabelecido para reajustamento venha a ser extinto ou de qualquer forma não possa mais ser utilizado, será adotado, em substituição, o que vier a ser determinado pela legislação então em vigor.
- 7.6. Na ausência de previsão legal quanto ao índice substituto, as partes elegerão novo índice oficial, para reajustamento do preço do valor remanescente, por meio de termo aditivo.
- 7.7. O reajuste será realizado por apostilamento.
- 7.8. Quando o reajuste não espelhar a variação dos custos relacionados à prestação do objeto, os preços contratados poderão ser reactuados após o interregno de um ano contado da data da proposta, mediante solicitação do CONTRATADO.
- 7.9. Nas reactuações subsequentes à primeira, o interregno mínimo de 01 ano será contado a partir da data da última reactuação correspondente à mesma parcela objeto da nova solicitação.
- 7.9.1. Entende-se como última reactuação a data em que iniciados seus efeitos financeiros, independentemente daquela apostilada.
- 7.10. Quando a reactuação solicitada pelo CONTRATADO se referir aos custos decorrentes do mercado, o respectivo aumento será apurado mediante a aplicação do índice de reajustamento IPC-Fipe, com base na seguinte fórmula:
- $$R = V (I - I^0) / I^0$$
, onde:
- R = Valor do reajustamento procurado;
- V = Valor contratual correspondente à parcela dos custos decorrentes do mercado a ser reajustada;
- I⁰ = índice inicial - refere-se ao índice de custos ou de preços correspondente à data de apresentação da proposta;
- I = Índice relativo ao mês do reajustamento
- 7.11. Independentemente do requerimento de reactuação dos custos decorrentes do mercado, a CONTRATANTE



CÂMARA MUNICIPAL DE SANTOS

SECRETARIA DE PLANEJAMENTO E FINANÇAS

CONCORRÊNCIA Nº 01/2024 - PROCESSO Nº 1443/2022

verificará, a cada anualidade, se houve deflação do índice adotado que justifique o recálculo dos custos em valor menor, promovendo, em caso positivo, a redução dos valores correspondentes da planilha contratual.

- 7.12. Os novos valores contratuais decorrentes das repactuações poderão se iniciar em data futura, desde que assim acordado entre as partes, sem prejuízo da contagem da anualidade para concessão das repactuações futuras.
- 7.13. Os efeitos financeiros da repactuação ficarão restritos exclusivamente aos itens que a motivaram, e apenas em relação à diferença porventura existente.
- 7.14. O pedido de repactuação deverá ser formulado durante a vigência do contrato e antes de eventual prorrogação ou encerramento contratual, sob pena de preclusão.
- 7.15. A extinção do contrato não configurará óbice para o deferimento da repactuação solicitada tempestivamente, hipótese em que será concedida por meio de termo indenizatório.
- 7.16. A CONTRATANTE decidirá sobre o pedido de repactuação de preços em até 30 dias, podendo ser prorrogados por motivo justificado, contado da data do fornecimento, pelo CONTRATADO, da documentação comprobatória da variação dos custos a serem repactuados.
- 7.17. O prazo referido no subitem anterior ficará suspenso enquanto o CONTRATADO não cumprir os atos ou apresentar a documentação solicitada pela CONTRATANTE para a comprovação da variação dos custos.
- 7.18. A repactuação de preços será formalizada por apostilamento.
- 7.19. A repactuação não interfere no direito das partes solicitarem, a qualquer momento, a manutenção do equilíbrio econômico dos contratos com base no disposto no artigo 124, II, alínea "d", da Lei nº 14.133/2021.

8. CLÁUSULA OITAVA – OBRIGAÇÕES DA CONTRATANTE

- 8.1. Exigir o cumprimento de todas as obrigações assumidas pelo CONTRATADO, de acordo com o contrato e seus anexos;
- 8.2. Receber o objeto no prazo e condições estabelecidas no Termo de Referência e seus apêndices;
- 8.3. Notificar o CONTRATADO, por escrito, sobre vícios, defeitos ou incorreções verificadas no objeto fornecido, para que seja por ele substituído, reparado ou corrigido, no total ou em parte, às suas expensas;
- 8.4. Acompanhar e fiscalizar a execução do contrato e o cumprimento das obrigações pelo CONTRATADO;
- 8.5. Comunicar o CONTRATADO para emissão de Nota Fiscal relativa à parcela incontroversa da execução do objeto, para efeito de liquidação e pagamento, quando houver controvérsia sobre a execução do objeto, quanto à dimensão, qualidade e quantidade, conforme o artigo 143 da Lei nº 14.133/2021;
- 8.6. Efetuar o pagamento ao CONTRATADO do valor correspondente à execução do objeto, no prazo, forma e condições estabelecidos no presente contrato, no Termo de Referência e seus apêndices;
- 8.7. Aplicar ao CONTRATADO as sanções previstas na lei e no presente contrato;
- 8.8. Não praticar atos de ingerência na administração do CONTRATADO, tais como:
 - 8.8.1. Indicar pessoas expressamente nominadas para executar direta ou indiretamente o objeto CONTRATADO;
 - 8.8.2. Fixar salário inferior ao definido em lei ou em ato normativo a ser pago pelo CONTRATADO;
 - 8.8.3. Estabelecer vínculo de subordinação com funcionário do CONTRATADO;
 - 8.8.4. Definir forma de pagamento mediante exclusivo reembolso dos salários pagos;
 - 8.8.5. Demandar a funcionário do CONTRATADO a execução de tarefas fora do escopo do objeto da contratação;
 - 8.8.6. Prever exigências que constituam intervenção indevida da CONTRATANTE na gestão interna do CONTRATADO.
- 8.9. Cientificar o órgão de representação judicial da Câmara Municipal de Santos para adoção das medidas cabíveis



CÂMARA MUNICIPAL DE SANTOS

SECRETARIA DE PLANEJAMENTO E FINANÇAS

CONCORRÊNCIA Nº 01/2024 - PROCESSO Nº 1443/2022

quando do descumprimento de obrigações pelo CONTRATADO;

- 8.10.** Explicitamente emitir decisão sobre todas as solicitações e reclamações relacionadas à execução do presente contrato, ressalvados os requerimentos manifestamente impertinentes, meramente protelatórios ou de nenhum interesse para a boa execução do ajuste.
- 8.10.1.** A CONTRATANTE terá o prazo de 01 mês, a contar da data do protocolo do requerimento para decidir, admitida a prorrogação motivada, por igual período.
- 8.11.** Responder eventuais pedidos de reestabelecimento do equilíbrio econômico-financeiro feitos pelo CONTRATADO no prazo máximo de 30 dias corridos.
- 8.12.** Comunicar o CONTRATADO na hipótese de posterior alteração do projeto pela CONTRATANTE, no caso do artigo 93, § 2º, da Lei nº 14.133/2021.
- 8.13.** A CONTRATANTE não responderá por quaisquer compromissos assumidos pelo CONTRATADO com terceiros, ainda que vinculados à execução do contrato, bem como por qualquer dano causado a terceiros em decorrência de ato do CONTRATADO, de seus empregados, prepostos ou subordinados.

9. CLÁUSULA NONA – OBRIGAÇÕES DO CONTRATADO

O CONTRATADO deve cumprir todas as obrigações constantes deste contrato e de seus anexos, especialmente o Termo de Referência, e seus apêndices, que precederam a contratação, assumindo como exclusivamente seus os riscos e as despesas decorrentes da boa e perfeita execução do objeto, observando, ainda, as obrigações seguir.

- 9.1.** Atender às determinações regulares emitidas pelo fiscal do contrato ou autoridade superior e prestar todo esclarecimento ou informação por eles solicitados;
- 9.2.** Se o caso, alocar os empregados necessários ao perfeito cumprimento das cláusulas deste contrato, devidamente uniformizados e identificados por meio de crachá, devendo os mesmos possuírem habilitação e conhecimento adequados, bem como fornecendo os materiais, equipamentos e EPI's quando for o caso, ferramentas e utensílios demandados, cuja quantidade, qualidade e tecnologia deverão atender às recomendações de boa técnica e a legislação de regência;
- 9.3.** Reparar, corrigir, remover, reconstruir ou substituir, às suas expensas, no total ou em parte, no prazo fixado pelo fiscal do contrato, os serviços nos quais se verificarem vícios, defeitos ou incorreções resultantes da execução ou dos materiais empregados;
- 9.4.** Responsabilizar-se pelos vícios e danos decorrentes da execução do objeto, de acordo com o Código de Defesa do Consumidor (Lei nº 8.078/1990), bem como por todo e qualquer dano causado à CONTRATANTE ou terceiros, não reduzindo essa responsabilidade a fiscalização ou o acompanhamento da execução contratual pela CONTRATANTE, que ficará autorizado a descontar dos pagamentos devidos ou da garantia, caso exigida no edital, o valor correspondente aos danos sofridos;
- 9.5.** Não contratar, durante a vigência do contrato, cônjuge, companheiro ou parente em linha reta, colateral ou por afinidade, até o terceiro grau, de dirigente da CONTRATANTE ou de agente público que tenha desempenhado função na licitação ou que atue na fiscalização ou gestão do contrato, nos termos do artigo 48, parágrafo único, da Lei nº 14.133/2021;
- 9.6.** O CONTRATADO deverá entregar ao setor responsável pela fiscalização do contrato, até o dia trinta do mês seguinte ao da prestação dos serviços, os seguintes documentos: 1) prova de regularidade relativa à Seguridade Social; 2) certidão conjunta relativa aos tributos federais e à Dívida Ativa da União; 3) certidões que comprovem a regularidade perante a Fazenda Municipal ou Distrital do domicílio ou sede do CONTRATADO; 4) Certidão de



CÂMARA MUNICIPAL DE SANTOS

SECRETARIA DE PLANEJAMENTO E FINANÇAS

CONCORRÊNCIA Nº 01/2024 - PROCESSO Nº 1443/2022

- Regularidade do FGTS – CRF; e 5) Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas – CNDT;
- 9.7.** Responsabilizar-se pelo cumprimento das obrigações previstas em Acordo, Convenção, Dissídio Coletivo de Trabalho ou equivalentes das categorias abrangidas pelo contrato, por todas as obrigações trabalhistas, sociais, previdenciárias, tributárias e as demais previstas em legislação específica, cuja inadimplência não transfere a responsabilidade à CONTRATANTE;
- 9.8.** Comunicar ao Fiscal do contrato, no prazo de 24 horas, qualquer ocorrência anormal ou acidente que se verifique na prestação dos serviços contratados.
- 9.9.** Prestar todo esclarecimento ou informação solicitada pela CONTRATANTE ou por seus prepostos, garantindo-lhes o acesso, a qualquer tempo, ao local dos trabalhos, bem como aos documentos relativos à execução do empreendimento.
- 9.10.** Paralisar, por determinação da CONTRATANTE, qualquer atividade que não esteja sendo executada de acordo com a boa técnica ou que ponha em risco a segurança de pessoas ou bens de terceiros.
- 9.11.** Promover a guarda, manutenção e vigilância de materiais, ferramentas, e tudo o que for necessário à execução do objeto, durante a vigência do contrato.
- 9.12.** Conduzir os trabalhos com estrita observância às normas da legislação pertinente, cumprindo as determinações dos Poderes Públicos, mantendo sempre limpo o local dos serviços e nas melhores condições de segurança, higiene e disciplina.
- 9.13.** Submeter previamente, por escrito, à CONTRATANTE, para análise e aprovação, quaisquer mudanças nos métodos executivos que fujam às especificações do Termo de Referência e seus apêndices.
- 9.14.** Não permitir a utilização de qualquer trabalho do menor de dezesseis anos, exceto na condição de aprendiz para os maiores de quatorze anos, nem permitir a utilização do trabalho do menor de dezoito anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre;
- 9.15.** Manter durante toda a vigência do contrato, em compatibilidade com as obrigações assumidas, todas as condições exigidas para habilitação na licitação;
- 9.16.** Guardar sigilo sobre todas as informações obtidas em decorrência do cumprimento do contrato;
- 9.17.** Arcar com o ônus decorrente de eventual equívoco no dimensionamento dos quantitativos de sua proposta, inclusive quanto a custos variáveis decorrentes de fatores futuros e incertos, devendo complementá-los, caso o previsto inicialmente em sua proposta não seja satisfatório para o atendimento do objeto da contratação, exceto quando ocorrer algum dos eventos arrolados no [artigo 124, II, d, da Lei nº 14.133/2021](#);
- 9.18.** Cumprir, além dos postulados legais vigentes de âmbito federal, estadual ou municipal, as normas de segurança da CONTRATANTE;
- 9.19.** Promover a organização técnica e administrativa dos serviços, de modo a conduzi-los eficaz e eficientemente, de acordo com os documentos e especificações que integram o Termo de Referência, no prazo determinado;
- 9.20.** Atender às solicitações da CONTRATANTE quanto à substituição dos empregados alocados, se o caso, no prazo fixado pelo fiscal do contrato, nos casos em que ficar constatado descumprimento das obrigações relativas à execução do serviço, conforme descrito no Termo de Referência e seus apêndices;
- 9.21.** Instruir seus empregados quanto à necessidade de acatar as normas internas da CONTRATANTE;
- 9.22.** Instruir seus empregados a respeito das atividades a serem desempenhadas, alertando-os a não executar atividades não abrangidas pelo contrato, devendo o CONTRATADO relatar à CONTRATANTE toda e qualquer ocorrência neste sentido, a fim de evitar desvio de função;
- 9.23.** Instruir seus empregados, no início da execução contratual, quanto à obtenção das informações de seus



CÂMARA MUNICIPAL DE SANTOS

SECRETARIA DE PLANEJAMENTO E FINANÇAS

CONCORRÊNCIA Nº 01/2024 - PROCESSO Nº 1443/2022

interesses junto aos órgãos públicos, relativas ao contrato de trabalho e obrigações a ele inerentes, adotando, entre outras, as seguintes medidas:

- 9.24.** Não se beneficiar da condição de optante pelo Simples Nacional, salvo quando se tratar das exceções previstas no § 5º-C do artigo 18 da Lei Complementar nº 123/2006;
- 9.24.1.** Comunicar formalmente à Receita Federal a assinatura do contrato de prestação de serviços mediante cessão de mão de obra, para fins de exclusão obrigatória do Simples Nacional, a contar do mês seguinte ao da contratação, conforme previsão do artigo 17, XII, artigo 30, § 1º, II, e do artigo 31, II, todos da Lei Complementar nº 123/2006, salvo quando se tratar das exceções previstas no § 5º-C do artigo 18 do mesmo diploma legal;
- 9.24.2.** Para efeito de comprovação da comunicação, a CONTRATADO deverá apresentar cópia do ofício enviado à Receita Federal do Brasil, com comprovante de entrega e recebimento, comunicando a assinatura do contrato de prestação de serviços mediante cessão de mão de obra, até o último dia útil do mês subsequente ao da ocorrência da situação de vedação.
- 9.25.** Cumprir as exigências detalhadas no Guia Nacional de Contratações Sustentáveis da Câmara Nacional de Sustentabilidade – CNS (DECOR/CGU/AGU), 4ª edição, revisada, atualizada e ampliada, datada de agosto de 2021 (fonte: <https://www.gov.br/agu/pt-br/comunicacao/noticias/AGUGuiaNacionaldeContrataesSustentveis4edio.pdf>, acessado em 18/05/2022).

10. CLÁUSULA DÉCIMA – GARANTIA DE EXECUÇÃO

Não haverá exigência de garantia contratual da execução.

11. CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA – OBRIGAÇÕES PERTINENTES À LGPD

- 11.1.** As partes deverão cumprir a Lei nº 13.709/2018 (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.
- 11.2.** 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 artigo 6º da LGPD.
- 11.3.** É vedado o compartilhamento com terceiros dos dados obtidos fora das hipóteses permitidas em Lei.
- 11.4.** A CONTRATANTE deverá ser informada no prazo de 05 dias úteis sobre todos os contratos de suboperação firmados ou que venham a ser celebrados pelo CONTRATADO.
- 11.5.** Terminado o tratamento dos dados nos termos do artigo 15 da LGPD, é dever do CONTRATADO eliminá-los, com exceção das hipóteses do artigo 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.
- 11.6.** É dever do CONTRATADO orientar e treinar seus empregados sobre os deveres, requisitos e responsabilidades decorrentes da LGPD.
- 11.7.** O CONTRATADO deverá exigir de suboperadores e subcontratados o cumprimento dos deveres da presente cláusula, permanecendo integralmente responsável por garantir sua observância.
- 11.8.** A CONTRATANTE poderá realizar diligência para aferir o cumprimento dessa cláusula, devendo o CONTRATADO atender prontamente eventuais pedidos de comprovação formulados.



CÂMARA MUNICIPAL DE SANTOS

SECRETARIA DE PLANEJAMENTO E FINANÇAS

CONCORRÊNCIA Nº 01/2024 - PROCESSO Nº 1443/2022

- 11.9.** O CONTRATADO deverá prestar, no prazo fixado pela CONTRATANTE, prorrogável justificadamente, quaisquer informações acerca dos dados pessoais para cumprimento da LGPD, inclusive quanto a eventual descarte realizado.
- 11.10.** 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, artigo 37), com cada acesso, data, horário e registro da finalidade, para efeito de responsabilização, em caso de eventuais omissões, desvios ou abusos.
- 11.10.1.** Os referidos bancos de dados devem ser desenvolvidos em formato interoperável, a fim de garantir a reutilização desses dados pela CONTRATANTE nas hipóteses previstas na LGPD.
- 11.11.** O contrato está sujeito a ser alterado nos procedimentos pertinentes ao tratamento de dados pessoais, quando indicado pela autoridade competente, em especial a ANPD por meio de opiniões técnicas ou recomendações, editadas na forma da LGPD.
- 11.12.** Os contratos e convênios de que trata o § 1º do artigo 26 da LGPD deverão ser comunicados à autoridade nacional.

12. CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA – INFRAÇÕES E SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

- 12.1.** Comete infração administrativa, nos termos da Lei nº 14.133/2021, o CONTRATADO que:
- a) der causa à inexecução parcial do contrato;
 - b) der causa à inexecução parcial do contrato que cause grave dano à Administração ou ao funcionamento dos serviços públicos ou ao interesse coletivo;
 - c) der causa à inexecução total do contrato;
 - d) deixar de entregar a documentação exigida para o certame;
 - e) não manter a proposta, salvo em decorrência de fato superveniente devidamente justificado;
 - f) não celebrar o contrato ou não entregar a documentação exigida para a contratação, quando convocado dentro do prazo de validade de sua proposta;
 - g) ensejar o retardamento da execução ou da entrega do objeto da contratação sem motivo justificado;
 - h) apresentar declaração ou documentação falsa exigida para o certame ou prestar declaração falsa durante a dispensa eletrônica ou execução do contrato;
 - i) fraudar a contratação ou praticar ato fraudulento na execução do contrato;
 - j) comportar-se de modo inidôneo ou cometer fraude de qualquer natureza;
 - k) praticar atos ilícitos com vistas a frustrar os objetivos do certame;
 - l) praticar ato lesivo previsto no artigo 5º da Lei nº 12.846/2013.
- 12.2.** Serão aplicadas ao responsável pelas infrações administrativas acima descritas as seguintes sanções:
- i) Advertência, quando o CONTRATADO der causa à inexecução parcial do contrato, sempre que não se justificar a imposição de penalidade mais grave;
 - ii) Impedimento de licitar e contratar, quando praticadas as condutas descritas nas alíneas b, c, d, e, f e g do subitem acima, sempre que não se justificar a imposição de penalidade mais grave;
 - iii) Declaração de inidoneidade para licitar e contratar, quando praticadas as condutas descritas nas alíneas h, i, j, k e l do subitem acima, bem como nas alíneas b, c, d, e, f e g, que justifiquem a imposição de penalidade mais grave;
 - iv) Multa:



CÂMARA MUNICIPAL DE SANTOS

SECRETARIA DE PLANEJAMENTO E FINANÇAS

CONCORRÊNCIA Nº 01/2024 - PROCESSO Nº 1443/2022

- (1) moratória de 1% (um por cento) por dia de atraso injustificado sobre o valor da parcela inadimplida, até o limite de 20 (vinte) dias;
- (a) O atraso superior a 20 dias autoriza a CONTRATANTE a promover a rescisão do contrato por descumprimento ou cumprimento irregular de suas cláusulas, conforme inciso I do artigo 137 da Lei nº 14.133/2021.
- (2) compensatória de 10% (dez por cento) sobre o valor total do contrato, no caso de inexecução total do objeto;
- 12.3.** A aplicação das sanções previstas neste Contrato não exclui, em hipótese alguma, a obrigação de reparação integral do dano causado à CONTRATANTE.
- 12.4.** Todas as sanções previstas neste contrato poderão ser aplicadas cumulativamente com a multa.
- 12.4.1.** Antes da aplicação da multa será facultada a defesa do interessado no prazo de 15 dias úteis, contado da data de sua intimação.
- 12.4.2.** Se a multa aplicada e as indenizações cabíveis forem superiores ao valor do pagamento eventualmente devido pela CONTRATANTE ao CONTRATADO, além da perda desse valor, a diferença será descontada da garantia – se exigida e prestada – ou será cobrada judicialmente.
- 12.4.3.** Previamente ao encaminhamento à cobrança judicial, a multa poderá ser recolhida administrativamente no prazo máximo de 20 dias, a contar da data do recebimento da comunicação enviada pela autoridade competente.
- 12.5.** A aplicação das sanções realizar-se-á em processo administrativo que assegure o contraditório e a ampla defesa ao CONTRATADO, observando-se o procedimento previsto no caput e parágrafos do artigo 158 da Lei nº 14.133/2021, para as penalidades de impedimento de licitar e contratar e de declaração de inidoneidade para licitar ou contratar.
- 12.6.** Na aplicação das sanções serão considerados:
- a natureza e a gravidade da infração cometida;
 - as peculiaridades do caso concreto;
 - as circunstâncias agravantes ou atenuantes;
 - os danos que dela provierem para a Contratante;
 - a implantação ou o aperfeiçoamento de programa de integridade, conforme normas e orientações dos órgãos de controle.
- 12.7.** Os atos previstos como infrações administrativas na Lei nº 14.133/2021, ou em outras leis de licitações e contratos da Administração Pública que também sejam tipificados como atos lesivos na Lei nº 12.846/2013, serão apurados e julgados conjuntamente, nos mesmos autos, observados o rito procedimental e autoridade competente definidos na referida Lei.
- 12.8.** A personalidade jurídica do CONTRATADO poderá ser desconsiderada sempre que utilizada com abuso do direito para facilitar, encobrir ou dissimular a prática dos atos ilícitos previstos neste contrato ou para provocar confusão patrimonial, e, nesse caso, todos os efeitos das sanções aplicadas à pessoa jurídica serão estendidos aos seus administradores e sócios com poderes de administração, à pessoa jurídica sucessora ou à empresa do mesmo ramo com relação de coligação ou controle, de fato ou de direito, com o Contratado, observados, em todos os casos, o contraditório, a ampla defesa e a obrigatoriedade de análise jurídica prévia.
- 12.9.** A Contratante deverá, no prazo máximo 15 dias úteis, contado da data de aplicação da sanção, informar e manter atualizados os dados relativos às sanções por ela aplicadas, para fins de publicidade no Cadastro Nacional



CÂMARA MUNICIPAL DE SANTOS

SECRETARIA DE PLANEJAMENTO E FINANÇAS

CONCORRÊNCIA Nº 01/2024 - PROCESSO Nº 1443/2022

de Empresas Inidôneas e Suspensas (Ceis) e no Cadastro Nacional de Empresas Punidas (Cnep), instituídos no âmbito do Poder Executivo Federal. (Art. 161), e no registro de apenados do TCE/SP.

12.10. As sanções de impedimento de licitar e contratar e declaração de inidoneidade para licitar ou contratar são passíveis de reabilitação na forma do artigo 163 da Lei nº 14.133/2021.

12.11. Os débitos do CONTRATADO para com a CONTRATANTE, resultantes de multa administrativa e/ou indenizações, não inscritos em dívida ativa, poderão ser compensados, total ou parcialmente, com os créditos devidos pelo referido órgão, decorrentes deste mesmo contrato ou de outros contratos Administrativos que o CONTRATADO possua com a mesma CONTRATANTE.

13. CLÁUSULA DÉCIMA TERCEIRA – DA EXTINÇÃO CONTRATUAL

13.1. O contrato será extinto quando vencido o prazo nele estipulado, independentemente de terem sido cumpridas ou não as obrigações de ambas as partes contraentes.

13.2. O contrato poderá ser extinto antes do prazo nele fixado, sem ônus para a CONTRATANTE, quando este não dispuser de créditos orçamentários para sua continuidade ou quando entender que o contrato não mais lhe oferece vantagem.

13.2.1. A extinção nesta hipótese ocorrerá na próxima data de aniversário do contrato, desde que haja a notificação do CONTRATADO pela CONTRATANTE nesse sentido com pelo menos 02 meses de antecedência desse dia.

13.2.2. Caso a notificação da não-continuidade do contrato de que trata este subitem ocorra com menos de 02 meses da data de aniversário, a extinção contratual ocorrerá após 02 meses da data da comunicação.

13.3. O contrato poderá ser extinto antes de cumpridas as obrigações nele estipuladas, ou antes do prazo nele fixado, por algum dos motivos previstos no artigo 137 da Lei nº 14.133/2021, assegurados o contraditório e a ampla defesa, bem como amigavelmente entre as partes.

13.3.1. Nesta hipótese, aplicam-se também os artigos 138 e 139 da mesma Lei.

13.3.2. A alteração social ou a modificação da finalidade ou da estrutura da empresa não ensejará a extinção se não restringir sua capacidade de concluir o contrato.

13.3.3. Se a operação implicar mudança da pessoa jurídica contratada, deverá ser formalizado termo aditivo para alteração subjetiva.

13.4. O termo de extinção, sempre que possível, será precedido:

13.4.1. Balanço dos eventos contratuais já cumpridos ou parcialmente cumpridos;

13.4.2. Relação dos pagamentos já efetuados e ainda devidos;

13.4.3. Indenizações e multas.

13.5. A extinção do contrato não configura óbice para o reconhecimento do desequilíbrio econômico-financeiro, hipótese em que será concedida indenização por meio de termo indenizatório.

13.6. A CONTRATANTE poderá conceder prazo para que o CONTRATADO regularize suas obrigações trabalhistas ou suas condições de habilitação, sob pena de extinção contratual, quando não identificar má-fé ou a incapacidade de correção.

13.7. A CONTRATANTE poderá ainda:

13.7.1. Nos casos de obrigação de pagamento de multa pelo CONTRATADO, reter a garantia prestada a ser executada (artigo 139, III, "c", da Lei nº 14.133/2021) – se prestada a garantia – e

13.7.2. Nos casos em que houver necessidade de ressarcimento de prejuízos causados à CONTRATANTE, nos termos do inciso IV do artigo 139 da Lei nº 14.133/2021, reter os eventuais créditos existentes em favor do



CÂMARA MUNICIPAL DE SANTOS

SECRETARIA DE PLANEJAMENTO E FINANÇAS

CONCORRÊNCIA Nº 01/2024 - PROCESSO Nº 1443/2022

CONTRATADO decorrentes do contrato.

- 13.8.** O contrato poderá ser extinto caso se constate que o CONTRATADO mantém vínculo de natureza técnica, comercial, econômica, financeira, trabalhista ou civil com agente público que tenha desempenhado função na licitação ou atue na fiscalização ou na gestão do contrato, ou que deles seja cônjuge, companheiro ou parente em linha reta, colateral ou por afinidade, até o terceiro grau.

14. CLÁUSULA DÉCIMA QUARTA – ALTERAÇÕES

- 14.1.** Eventuais alterações contratuais serão regidas pelos artigos 124 e seguintes da Lei nº 14.133/2021.
- 14.2.** O CONTRATADO é obrigado a aceitar, nas mesmas condições contratuais, os acréscimos ou supressões que se fizerem necessários, até o limite de 25% (vinte e cinco por cento) do valor inicial atualizado do contrato.
- 14.3.** As alterações contratuais deverão ser promovidas mediante celebração de termo aditivo, submetido à prévia aprovação da consultoria jurídica da CONTRATANTE, salvo nos casos de justificada necessidade de antecipação de seus efeitos, hipótese em que formalização do aditivo deverá ocorrer no prazo de 01 mês.
- 14.4.** Registros que não caracterizam alteração do contrato podem ser realizados por simples apostila, dispensada a celebração de termo aditivo, na forma do artigo 136 da Lei nº 14.133/2021.

15. CLÁUSULA DÉCIMA QUINTA – DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA

- 15.1.** As despesas decorrentes da presente contratação correrão à conta de recursos específicos consignados no Orçamento da Câmara Municipal de Santos deste exercício, na dotação abaixo discriminada:
- Gestão/Unidade: 02.09.10. - Câmara Municipal;
Fonte de Recursos: 01 - Tesouro;
Programa de Trabalho: 0001 - Processo Legislativo;
Elemento de Despesa: 3.3.90.39. – Outros Serviços de Terceiros – Pessoa Jurídica;
Subelemento: 3.3.90.39.88 - Serviços de Publicidade e Propaganda;
PCASP: 3.3.2.3.1.05.00 - Publicidade;
Ficha: 0021.
- 15.2.** A dotação relativa aos exercícios financeiros subsequentes será indicada após aprovação da Lei Orçamentária respectiva e liberação dos créditos correspondentes, mediante apostilamento.

16. CLÁUSULA DÉCIMA SEXTA – DOS CASOS OMISSOS

- 16.1.** Os casos omissos serão decididos pela CONTRATANTE, segundo as disposições contidas na Lei nº 12.232/2010, na Lei nº 14.133/2021, no Ato da Mesa Diretora nº 17/2023 e demais normas aplicáveis e, subsidiariamente, segundo as disposições contidas na Lei nº 8.078/1990 (Código de Defesa do Consumidor) e normas e princípios gerais dos contratos.

17. CLÁUSULA DÉCIMA SÉTIMA – PUBLICAÇÃO

- 17.1.** Incumbirá à CONTRATANTE divulgar o presente instrumento no Portal Nacional de Contratações Públicas (PNCP), na forma prevista no artigo 94 da Lei nº 14.133/2021, bem como no respectivo sítio oficial na Internet, em atenção ao artigo 91, caput, da Lei nº 14.133/2021, e ao artigo 8º, § 2º, da Lei nº 12.527/2011 c/c artigo 7º, § 3º, inciso V, do Decreto nº 7.724/2012.



CÂMARA MUNICIPAL DE SANTOS

SECRETARIA DE PLANEJAMENTO E FINANÇAS

CONCORRÊNCIA Nº 01/2024 - PROCESSO Nº 1443/2022

18. CLÁUSULA DÉCIMA OITAVA – FORO

18.1. Fica eleito o Foro da Comarca de Santos/SP para dirimir os litígios que decorrerem da execução deste contrato que não puderem ser compostos pela conciliação, conforme artigo 92, § 1º, da Lei nº 14.133/2021.

Santos, na data da assinatura da Mesa Diretora.

ADILSON DOS SANTOS JUNIOR

Presidente da Câmara Municipal de Santos

Contratante

ADRIANO ALEX PIEMONTE

1º Secretário da Câmara Municipal de Santos Contratante

MAURICIO CESAR CAMPOS SILVA

2º Secretário da Câmara Municipal de Santos

Contratante

Sr. _____

Empresa Contratada



CÂMARA MUNICIPAL DE SANTOS

SECRETARIA DE PLANEJAMENTO E FINANÇAS

CONCORRÊNCIA Nº 01/2024 - PROCESSO Nº 1443/2022

CONTRATOS OU ATOS JURÍDICOS ANÁLOGOS

CADASTRO DO RESPONSÁVEL

CONTRATO Nº _____

CONCORRÊNCIA Nº 01/2024

PROCESSO Nº 1443/2022

PARTES: CÂMARA MUNICIPAL DE SANTOS e _____

OBJETO: Contratação de serviços de publicidade, a teor da Lei nº 12.232/2010

Nome: ADILSON DOS SANTOS JUNIOR

Cargo: Presidente

RG nº 25.637.798-4 / CPF nº 284.546.218-22

Endereço: Praça Tenente Mauro Batista de Miranda, nº 01, Santos/SP, CEP 11013-360

Telefone: (13) 3211-4130

E-mail: presidencia@camarasantos.sp.gov.br

Nome: ADRIANO ALEX PIEMONTE

Cargo: 1º Secretário

RG nº 20.952.373-6 / CPF nº 159.110.488-25

Endereço: Praça Tenente Mauro Batista de Miranda, nº 01, Santos/SP, CEP 11013-360

Telefone: (13) 3211-4124

E-mail: 1asecretaria@camarasantos.sp.gov.br

Nome: MAURICIO CESAR CAMPOS SILVA

Cargo: 2º Secretário

RG nº 53.918.662-4 / CPF nº 268.392.024-53

Endereço: Praça Tenente Mauro Batista de Miranda, nº 01, Santos/SP, CEP 11013-360

Telefone: (13) 3211-4293

E-mail: 2asecretaria@camarasantos.sp.gov.br

Responsável pelo atendimento a requisições de documentos do TCESP:

Nome: VITOR LEVY SUTERIO SANTOS CREMA

Cargo: Contador

End. Com. do Órgão/Setor: Praça Tenente Mauro Batista Miranda, nº 01, Vila Nova, Santos/SP

Telefone: (13) 3211-4100, ramal 4110

E-mail: contabilidade@camarasantos.sp.gov.br

Santos, na data da assinatura.

RESPONSÁVEL: _____



CÂMARA MUNICIPAL DE SANTOS

SECRETARIA DE PLANEJAMENTO E FINANÇAS

CONCORRÊNCIA Nº 01/2024 - PROCESSO Nº 1443/2022

CONTRATOS OU ATOS JURÍDICOS ANÁLOGOS

TERMO DE CIÊNCIA E NOTIFICAÇÃO

CONTRATO Nº _____

CONCORRÊNCIA Nº 01/2024

PROCESSO Nº 1443/2022

PARTES: CÂMARA MUNICIPAL DE SANTOS e _____

OBJETO: Contratação de serviços de publicidade, a teor da Lei nº 12.232/2010

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 709/1993, iniciando-se a partir de então a contagem dos prazos processuais, conforme regras do Código de Processo Civil;
- d) as informações pessoais dos responsáveis pela contratante estão cadastradas no módulo eletrônico do “Cadastro Corporativo TCESP – CadTCESP”, nos termos previstos no Artigo 2º das Instruções nº 01/2020, conforme “Declaração(ões) de Atualização Cadastral” anexa (s);
- e) é de exclusiva responsabilidade da contratada manter seus dados 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.

Santos, na data da assinatura.

AUTORIDADE MÁXIMA DO ÓRGÃO E ORDENADOR DE DESPESAS:

Nome: **ADILSON DOS SANTOS JUNIOR**

Cargo: Presidente da Câmara Municipal de Santos

CPF: _____

Assinatura: _____

RESPONSÁVEIS QUE ASSINARAM O AJUSTE



CÂMARA MUNICIPAL DE SANTOS

SECRETARIA DE PLANEJAMENTO E FINANÇAS

CONCORRÊNCIA Nº 01/2024 - PROCESSO Nº 1443/2022

PELA CONTRATADA

Nome: _____

Cargo: _____

CPF: _____

FISCALIZADOR DOS SERVIÇOS

DENNYS MARCEL BARTHOLOMEI CASTANHEIRA

Cargo: Diretor de Comunicação da Câmara Municipal de Santos

CPF: 369.528.828-04

GESTOR DO CONTRATO

Nome: **MAURICIO ELIAS DE OLIVEIRA**

Cargo: Chefe Da Divisão de Gestão de Contratos da Câmara Municipal de Santos

CPF: 266829578-58



SINDICATO DAS AGÊNCIAS DE PROPAGANDA

Sinapro

SÃO PAULO

Valores Referenciais de Serviços Internos

Validade de julho/2024 a junho/2025



Diretoria

Triênio 2023/2026

Presidente:

Roberto Pereira Tourinho Dantas Network Comunicação

Vice-Presidente:

Eduardo de Godoy Pereira Arroba Comunicação

Diretores:

Tatiana Marinho Gana

Ronaldo Severino Suno United Creators

Felipe Simi Soko

Ester Parreira de Miranda House Criativa Comunicação

Ary Nogueira Gana

Suplentes:

Geraldo Martins de Brito DeBrito Brasil

Gustavo Henrique Teixeira de Castro Versão BR Comunicação e Marketing

Conselho Fiscal:

Luiz Augusto Teixeira Leite Ogilvy Brasil

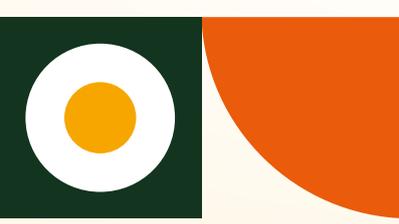
Antônio Donizete Dudli Dentsu Aegis Network Brazil

Rino Ferrari Filho Rino Com

Paulo Cesar Ferrari Octopus Comunicação

Pedro Atílio Cesarino Publicidade Archote

Ana Coutinho Galeria



Diretores Regionais

José Roberto de Lalibera DLM Propaganda

Rogério Teixeira de Almeida Pontual Propaganda

Raul Audi Júnior Audi Propaganda

Thiago Alves de Farias Pereira Verge Stúdio Comunicação

Francisco Garcia Dias da Silva Oliver Marketing

Gustavo Rafael Moreira Giudice Propeg



Carta de apresentação do documento “Valores Referencias de Serviços Internos”

A versão atualizada da principal referência sobre o valor dos serviços desenvolvidos pelas agências de propaganda - o documento **“Valores Referenciais de Serviços Internos 2024-2025”**, publicado pelo Sinapro-SP - já está disponível.

Elaborado com o apoio do Grupo de Trabalho do Sinapro-SP, composto por profissionais de agências de propaganda, o documento visa suprir as necessidades das agências e do mercado anunciante sobre as melhores práticas de precificação.

A atualização do documento acompanha a evolução do mercado publicitário, cuja atuação está cada vez mais baseada em dados, na inovação e na grande fragmentação dos canais digitais. A edição abrange toda a gama de serviços digitais disponíveis hoje no mercado, entre outros itens de serviços que requerem uma orientação adequada em termos de valores de referência, como planejamento, branding, mídia exterior, PDV e sinalização, materiais gráficos, rádio, TV, cinema.

O documento é um dos serviços que o **Sinapro-SP** oferece às agências sindicalizadas do Estado de São Paulo, sendo constantemente aprimorado para acompanhar os avanços do mercado e as novas tecnologias. Ele é válido pelo período de 12 meses, e está alinhado também aos pilares da nova diretoria à frente do Sinapro-SP no triênio 2023/2026, de valorizar e promover as questões relacionadas à Diversidade e Inclusão, Desenvolvimento Humano e Inovação no ambiente das agências.

Agradecemos e reforçamos a importância do seu apoio para continuarmos trabalhando para levar os melhores serviços às agências e ao mercado publicitário.

Atenciosamente,

Roberto Tourinho
Presidente



Carta de agradecimento:

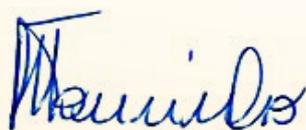
O **Sinapro-SP** agradece o **Grupo de Trabalho** dos profissionais de agências que atuou na atualização do documento **“Valores Referenciais de Serviços Internos 2024-2025”**, publicado por nós.

Graças ao empenho e dedicação de todos os envolvidos, que pesquisaram, revisaram e atualizaram capítulo a capítulo todos os itens de serviços, ouvindo as “dores” e necessidades das agências de propaganda junto ao mercado, a nova edição do documento, totalmente revista e atualizada, passa a valer a partir de 1º de julho.

Foi de grande valor a participação de cada integrante do Grupo de trabalho do Documento de Valores Referenciais, que contribuiram com seu conhecimento para entregar um documento completo, que abrange todos os serviços desenvolvidos pelas agências de propaganda, e está alinhado ao atual momento do mercado.

O trabalho colaborativo deste time de grande competência nos permite seguir entregando serviços qualificados ao nosso setor e criando referências para as agências em sua precificação.

Abraço,



Roberto Tourinho
Presidente

Índice

	Planejamento (Estratégico, Live Marketing e Comunicação Digital)	6
	Advertising (Campanhas Publicitárias – Anúncios)	10
	Branding (Marca – Logotipo – Identidade Visual)	13
	Mídia exterior (Out of Home e DOOH)	16
	PDV e Sinalização (Peças Promocionais, Brindes e Materiais de Apoio)	18
	Materiais Gráficos (Produção Gráfica)	21
	Rádio – TV – Cinema (Produção Multimídia)	24
	Comunicação Digital, Produção e Serviços	26
	Informações Adicionais	35

Planejamento

- Estratégico,
- Live Marketing,
- Comunicação Digital



PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO DE MARCA

	PREÇO REFERÊNCIA
Investiga as diversas variáveis envolvidas no diagnóstico de problemas e oportunidades para as marcas, como o consumidor, concorrentes, negócio, cultura, pontos de contato, histórico da empresa, características dos produtos, etc. A partir daí, desenvolve estratégias de posicionamento, comunicação e tudo o que possa impactar a imagem e a experiência das pessoas com as marcas e seus produtos.	134.743,51

PLANEJAMENTO DE MÍDIA

	PREÇO REFERÊNCIA
Cobrado apenas quando não tem remuneração por parte do desconto-padrão de agência.	89.264,14

PLANEJAMENTO LIVE MARKETING

O Planejamento de Live Marketing abrange 4 áreas: Ação Promocional, Ativação, Evento/Convenção e Campanha de Incentivo. Cada qual com escopo e preço específico, discriminados a seguir.

Planejamento de Ação Promocional (Promoção Comercial) e Ativação

Por se tratar de matéria extremamente técnica, cabe ao planejamento alimentar a equipe de criação com estudos, pesquisas e históricos de mercado, buscando formas inéditas de engajamento e inovação e forma de mensuração de resultados. Apontar e avaliar todos os riscos legais além de indicar ou sugerir a melhor modalidade a ser utilizada na campanha, como sorteio, concurso, vale-brinde, self liquidated entre outras. No caso de ativação, avaliação do local, condições legais e logística a responsabilidade é do planejamento.

Planejamento de Evento e Convenção

Cabe à equipe de planejamento analisar o briefing e entregar ao cliente um diagnóstico com solução por meio de pesquisas e expertise profissional. Desenvolver a melhor solução para o trabalho do ponto de vista conceitual, estratégico, criativo e lógico também são tarefas do planejamento.

Planejamento de Campanha de Incentivo

Avalia o tipo de público para o qual a campanha será direcionada, definindo métricas de pontuação, recompensas e mensuração de resultados. Define o tipo de premiação que mais se adequa ao público, pertinência e aceitação com o objetivo de adesão e engajamento. Atua como facilitador entre as áreas da agência, gerando conteúdo para a criação definir conceito, tema e implantação.



PLANEJAMENTO LIVE MARKETING – (Continuação)

ÁREAS DO LIVE MARKETING	PREÇO REFERÊNCIA
Planejamento de Ação Promocional / Institucional	89.264,14
Planejamento de Ativação	68.918,53
Planejamento de Evento	103.442,69
Planejamento de Convenção	103.442,69
Planejamento de Campanha de Incentivo	112.710,52

SERVIÇOS DE COMUNICAÇÃO DIGITAL

SERVIÇO / ESCOPO

Prospecção, planejamento, desenvolvimento, implementação de soluções de comunicação digital;

Prospecção: Planejamento, criação e acompanhamento de campanhas digitais com foco em prospecção, segmentando público, localização, cargo e interesses, por meio de conteúdo e performance, em canais diversos. Para isso, há equipe de contendedistas, mídia digital, analistas e planejamento estratégico envolvidas nesse processo e que devem permanecer disponíveis para diversos projetos; Como adendo, networking em eventos específicos do setor.

Planejamento, desenvolvimento, implementação de soluções de comunicação digital:

Este item inclui planejamento estratégico de comunicação, de conteúdo, de mídia e de ações de metamobilidade no dia a dia das prospecções e dos clientes ativos. A rotina de planejamento envolve profissionais especialistas, pesquisa, cronogramas, apresentações e acompanhamento de aplicação de estratégia com áreas correlatas – como conteúdo, performance e monitoramento. O desenvolvimento da estratégia enquanto solução, bem como sua implementação efetiva, se dá justamente por essas áreas correlatas mencionadas, igualmente com profissionais especialistas e que se integram, estabelecendo seu trabalho de maneira paralela. No desenvolvimento temos o desmembramento do que foi apresentado estrategicamente, a saber: plano de conteúdo, plano de mídia, plano de ações de metamobilidade, plano de mensuração de métricas e KPIs. Na implementação temos a prática do que foi esmiuçado: criação, copy, aplicação, programação, postagem, impulsionamento, monitoramento, validação das estratégias e possíveis mudanças de rota, dashboards de acompanhamento, relatórios de performance, feedback interno entre times e feedback externo com os clientes.

A moderação de conteúdo e de perfis em redes sociais, monitoramento e o desenvolvimento de proposta de estratégia de comunicação nos canais digitais com base na inteligência dos dados colhidos;

A moderação de conteúdo e perfis em redes sociais envolve profissionais especialistas da área de conteúdo, validando a receptividade da comunicação – positiva, neutra ou

negativa – bem como desempenho (associados à área de performance) de métricas e indicadores. Crises e oportunidades também são captadas nesse processo. Além disso, o SAC promove conexão direta/ relacionamento com os usuários, como voz da marca no ambiente digital e faz parte da moderação dos perfis.

A mensuração de toda essa moderação coexiste entre áreas de conteúdo, performance e monitoramento. O monitoramento em si se dá com plataformas de extração de dados e insights, associado à interpretação humana. Esse acompanhamento precisa ser constante, a fim de organizar dados, mudanças de rota e atualizações estratégicas. O desenvolvimento de propostas de estratégia de comunicação nos canais digitais, com base na inteligência dos dados colhidos, se dá justamente por meio do cruzamento dos números e insights, indicando os melhores caminhos a seguir no ambiente digital, de forma analítica: canais mais adequados, tipo de comunicação eficaz, criativos de alta performance, investimentos em mídia e suas estimativas de entrega, objetivos e metas sólidos para devido acompanhamento.

A criação e execução técnica de projetos, ações ou produtos de comunicação digital;

Rotina das equipes de conteúdo, criação, performance e monitoramento, na execução devida de todas as etapas dos projetos, ações ou desenvolvimento de produtos de comunicação digital. Essa execução respeita todas as etapas do planejamento estratégico desenvolvido, bem como os planos correspondentes a todas as suas fases e ao desempenho percebido e monitorado em mensuração de performance. É fundamental o entrosamento entre times, com total conhecimento sobre o processo, do início ao fim, levando em conta responsabilidades, cronogramas e validações.

O desenvolvimento e implementação de formas inovadoras de comunicação, destinadas a expandir os efeitos da ação de comunicação digital, em consonância com novas tecnologias.

Profissionais especialistas, associados às ferramentas específicas de tecnologia, desenvolvem e implementam formas inovadoras de comunicação, traçando, em conjunto, ações que facilitem, em primeiro lugar, o processo de trabalho que envolve agência/ cliente; depois, que facilitem a percepção da comunicação da marca/ públicos relacionados; e, além disso, facilitem a conexão entre usuários/ consumidores e a marca exposta. Esse processo se dá por meio de pesquisa, pleno entendimento das novas tecnologias disponíveis, experimentações e validações de funcionamento/ utilidade/ precisão sob o prisma do perfil do cliente, suas necessidades, recursos disponíveis e aceitação por parte dos públicos que se relacionam. A busca por formas inovadoras de comunicação é parte da rotina estabelecida, visando sustentar-se em consonância com as novas tecnologias de maneira responsável, ágil e proativa.

Precificação dos serviços de Comunicação Digital estão na página 26.

Advertising

- Campanhas Publicitárias
- Anúncios



CRIAÇÃO DE CAMPANHA

PEÇA	TOTAL
Criação de tema / conceito de Campanha (key visual)	48.231,93

ANÚNCIO REVISTA

PEÇA	CRIAÇÃO	FINALIZAÇÃO	TOTAL
Página Dupla	10.680,17	4.676,02	15.356,19
1 Página	8.518,18	3.266,45	11.784,63
2/3 Página	6.810,40	2.942,01	9.752,41
1/2 Página	5.451,91	2.647,96	8.099,87
1/3 Página	4.354,35	2.377,35	6.731,70
Valor mínimo	2.780,49	1.934,19	4.714,68

**Adaptação de formato de anúncio já criado, considerar o valor de finalização*

ANÚNCIO JORNAL

PEÇA	CRIAÇÃO	FINALIZAÇÃO	TOTAL
Página Dupla	12.804,87	5.614,82	18.419,70
1 Página	10.227,33	3.926,37	14.153,70
Rouba Página	8.047,40	3.085,60	11.132,99
1/2 Página	7.692,59	3.051,08	10.743,67
1/3 Página	7.243,90	2.774,97	10.018,87
1/4 Página	6.512,19	2.497,47	9.009,66
Valor mínimo	5.625,86	2.148,18	7.774,04

**Adaptação de formato de anúncio já criado, considerar o valor de finalização*

ANÚNCIO PUBLICIDADE LEGAL / BALANÇO

PEÇA	TOTAL
Página Dupla	7.546,25
1 Página	5.048,78
Rouba Página ou 1/2 Página	3.970,55
Valor mínimo	3.019,33

REFEÇÃO - ADICIONAL MÍNIMO DE 40%. VALORES EM REAIS



EXEMPLO DE CÁLCULO: ANÚNCIO DE REVISTA

PEÇA		TOTAL
Criação e finalização	<i>Página 11</i>	11.784,63
Tratamento de imagem/sistema: 1 hora	<i>Página 23</i>	1.375,05
Vetorização de logotipo (1 logo)	<i>Página 23</i>	1.390,25
Print - 2 cópias formato A4	<i>Página 23</i>	312,01
TOTAL		14.861,94

REFAÇÃO - ADICIONAL MÍNIMO DE 40%. VALORES EM REAIS

Branding

- Marca,
- Logotipo,
- Identidade Visual.

FOTOS ILUSTRATIVAS



MARCA / LOGOTIPO

PEÇA	CRIAÇÃO	FINALIZAÇÃO	TOTAL
Marca / logotipo empresa / órgão público	27.532,90	18.354,80	45.887,71
Marca / logotipo produto / Programa Governamental	22.028,52	14.682,46	36.710,98
Marca / logotipo imobiliário	17.624,48	11.744,59	29.369,07
Marca / logotipo eventos	19.274,27	14.682,46	33.956,73
Marca / logotipo - Reformulação	20.649,33	13.767,14	34.416,47
Manual de identidade visual (por lâmina)	—	2.406,35	2.406,35
Slogan	13.767,14	—	13.767,14
Selo comemorativo/ação de Governo	10.086,51	6.303,72	16.390,24
Ícones e símbolos	998,16	788,31	1.786,47

*Planejamento, desenvolvimento e criação de manual de identidade visual: valor sob consulta conforme o projeto.

PAPELARIA

PEÇA	CRIAÇÃO	FINALIZAÇÃO	TOTAL
Bloco de anotações	2.955,12	2.107,91	5.063,03
Cartão de visita / personalizado	3.507,34	1.694,41	5.201,75
Cartão visita - alteração de nome / endereço	—	505,09	505,09
Envelope simples	3.227,19	3.578,73	6.805,92
Envelope saco / ofício	3.546,40	2.296,47	5.842,88
Papel carta / ofício	3.227,19	1.998,81	5.226,00
Papel embrulho / presente	4.473,07	3.483,10	7.956,17
Pasta	5.550,60	3.818,48	9.369,09

MATERIAIS ESPECIAIS

PEÇA	CRIAÇÃO	FINALIZAÇÃO	TOTAL
House organ / jornal (4 páginas)	19.086,51	14.033,59	33.120,10
House organ / jornal (por página adicional)	3.813,16	2.801,19	6.614,35
Relatório diretoria (até 36 páginas)	97.148,63	90.299,57	187.448,20
Relatório diretoria (por página adicional)	2.420,15	2.254,49	4.674,64
Embalagem para relatório de diretoria	14.566,50	10.063,04	24.629,54
Revista/Livro - projeto editorial*	137.069,47	—	137.069,47
Revista/Livro - finalização (por página)	—	1.970,09	1.970,09
Revista/Livro - capa (projeto editorial já existente)	4.329,50	3.387,95	7.717,44
Revista/Livro - miolo (por pág. projeto gráfico já existente)	3.853,20	2.427,06	6.280,26
Uniforme	16.005,06	9.897,38	25.902,44

*Planejamento, desenvolvimento e criação de manual de identidade visual: valor sob consulta conforme o projeto.

MATERIAIS ESPECIAIS – (Continuação)

PEÇA	SLIDE ESTÁTICO
Apresentação de PPT / Keynote / qualquer outro tipo de app de apresentação - valor por slide	2.406,35

PEÇA	CAPA	MIOLO	TOTAL
Template para PPT - valor por template	5.105,38	3.994,01	9.099,40
Portfólio de produtos	4.981,13	3.940,18	8.921,31
Assinatura de e-mail			3.507,34
Assinatura de e-mail - alteração de nome / cargo / telefone			505,09

EMBALAGEM

PEÇA	CRIAÇÃO	FINALIZAÇÃO	TOTAL
Berço	19.695,35	9.603,31	29.298,66
Caixa de embarque	12.920,85	6.764,84	19.685,69
Caixa de display de produto	43.431,66	16.990,79	60.422,45
Cartela	10.459,28	6.236,08	16.695,36
Cartela com saco	14.645,18	8.313,85	22.959,03
Embalagem de produto	52.314,30	16.990,79	69.305,09
Embalagem - adaptação	15.690,28	16.990,79	32.681,08
Embalagem blister	16.112,74	10.007,82	26.120,56
Embalagem promocional	23.538,88	16.990,79	40.529,67
Luva	12.208,47	9.133,91	21.342,38
Mock-up (sem custo de terceiros)	40.021,63	16.006,44	56.028,07
Rótulo	10.459,28	6.149,10	16.608,38
Vinheta de embalagem	9.158,77	5.494,71	14.653,48

REFEÇÃO - ADICIONAL MÍNIMO DE 40%. VALORES EM REAIS

Mídia Exterior

• Out of Home e Dooh



FOTOS ILUSTRATIVAS

MÍDIA EXTERIOR

PEÇA	CRIAÇÃO	FINALIZAÇÃO	TOTAL
Busdoor - interno / lateral / traseira	8.113,67	5.594,11	13.707,78
Empena	10.624,94	7.083,75	17.708,69
Envelopamento de ônibus / vagão (metrô/trem)	12.751,03	8.500,23	21.251,27
Envelopamento de prédio / trio elétrico	12.751,03	8.500,23	21.251,27
Faixa de rua	3.995,39	2.583,06	6.578,45
Outdoor (simples/backlight /frontlight)	11.454,67	4.642,89	16.097,55
Painel de estação / plataforma (metrô/trem)	10.069,95	4.082,37	14.152,32
Painel banca de jornal (traseira/lateral)	10.069,95	4.082,37	14.152,32
Placa indicativa de rua	4.859,64	3.566,04	8.425,68
Sanca / cartaz (ônibus/metrô/trem)	8.113,67	4.303,27	12.416,94
Vídeos digitais para DOOH e OOH * 7"/10"/15"/ 30"/ 45"/ 60"	—	—	32.986,12

MOBILIÁRIO URBANO

PEÇA	CRIAÇÃO	FINALIZAÇÃO	TOTAL
Painel de abrigo de ônibus	10.758,85	4.082,37	14.841,22
Painel de relógio de rua	10.758,85	4.082,37	14.841,22
Testeira de abrigo de ônibus	8.113,67	4.303,27	12.416,94

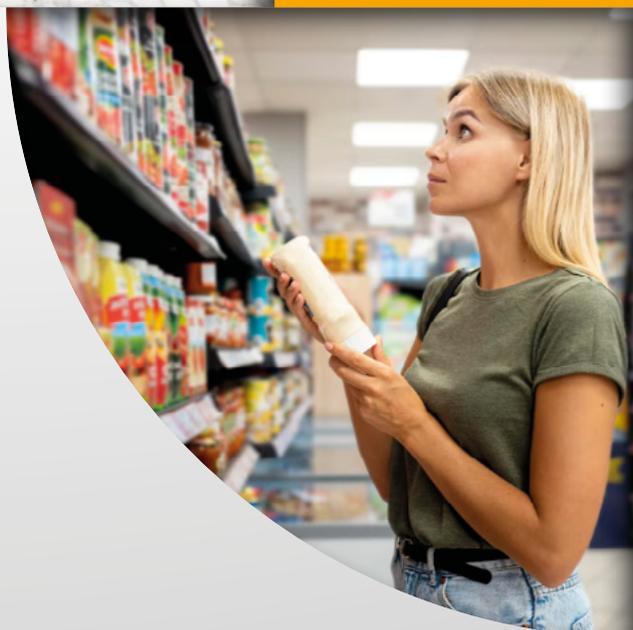
MÍDIA INDOOR

(shopping, restaurante, academia, aeroporto, supermercado, elevador, etc)

PEÇA	CRIAÇÃO	FINALIZAÇÃO	TOTAL
Adesivação de balcão promocional	5.824,66	3.863,81	9.688,47
Adesivo de chão / de mesa / espelho banheiro	5.824,66	3.863,81	9.688,47
Adesivo de elevador / lateral de escada rolante	5.824,66	3.863,81	9.688,47
Adesivo de vitrine	8.112,29	5.489,55	13.601,83
Banner / cartaz Mall (avenida/corredor shopping)	8.112,29	5.489,55	13.601,83
Cancela de estacionamento	4.691,20	4.222,83	8.914,03
Encosto de cabeça	5.104,00	3.918,01	9.022,02

PDV e Sinalização

- Peças Promocionais
- Brindes
- Materiais de Apoio



PDV, SINALIZAÇÃO E MATERIAIS DE APOIO

PEÇA	CRIAÇÃO	FINALIZAÇÃO	TOTAL
Adesivo Perfurado (vidro traseiro)	8.113,67	5.594,11	13.707,78
Backdrop / fundo de palco	5.824,66	3.937,41	9.762,07
Balcão promocional - comunicação visual	10.459,28	6.236,08	16.695,36
Bandeirola (por modelo)	4.858,26	3.563,28	8.421,54
Banner	5.824,66	3.811,78	9.636,44
Caixa / dispenser / urna	2.327,65	1.901,06	4.228,72
Capa de antena	10.459,28	6.236,08	16.695,36
Cavalete	5.824,66	3.811,78	9.636,44
Cubo / Totem	10.459,28	6.236,08	16.695,36
Displays (de chão/de vitrine/de ponta de gôndola)	10.459,28	6.236,08	16.695,36
Envelopamento de frota da empresa	12.751,03	8.500,23	21.251,27
Envelopamento / lona de caminhão	12.751,03	8.500,23	21.251,27
Envelopamento de veículo individual	8.925,28	5.949,84	14.875,12
Faixa de gôndola	5.105,38	3.994,01	9.099,40
Forração de gôndola / bandô	2.327,65	1.901,06	4.228,72
Infláveis (Balão/blimp/réplicas/roof, etc)	2.518,18	2.333,17	4.851,36
MóBILE	5.824,66	3.811,78	9.636,44
Painel / placa de PDV	4.981,13	3.940,17	8.921,30
Placa de identificação	996,78	786,93	1.783,71
Placa de inauguração	4.981,13	3.866,53	8.847,66
Placa ou adesivo para púlpito	2.327,65	1.901,06	4.228,72
Saia de mesa ou de palco	4.858,26	3.563,28	8.421,54
Tapume	5.824,66	2.555,46	8.380,12
Testeira de PDV ou de palco	4.858,26	3.563,28	8.421,54
Vending machine - comunicação visual	5.824,66	2.555,46	8.380,12
Wind Banner (por modelo)	4.858,26	3.563,28	8.421,54
Wobbler / stopper	3.037,28	2.681,08	5.718,36

REFEÇÃO - ADICIONAL MÍNIMO DE 40%. VALORES EM REAIS

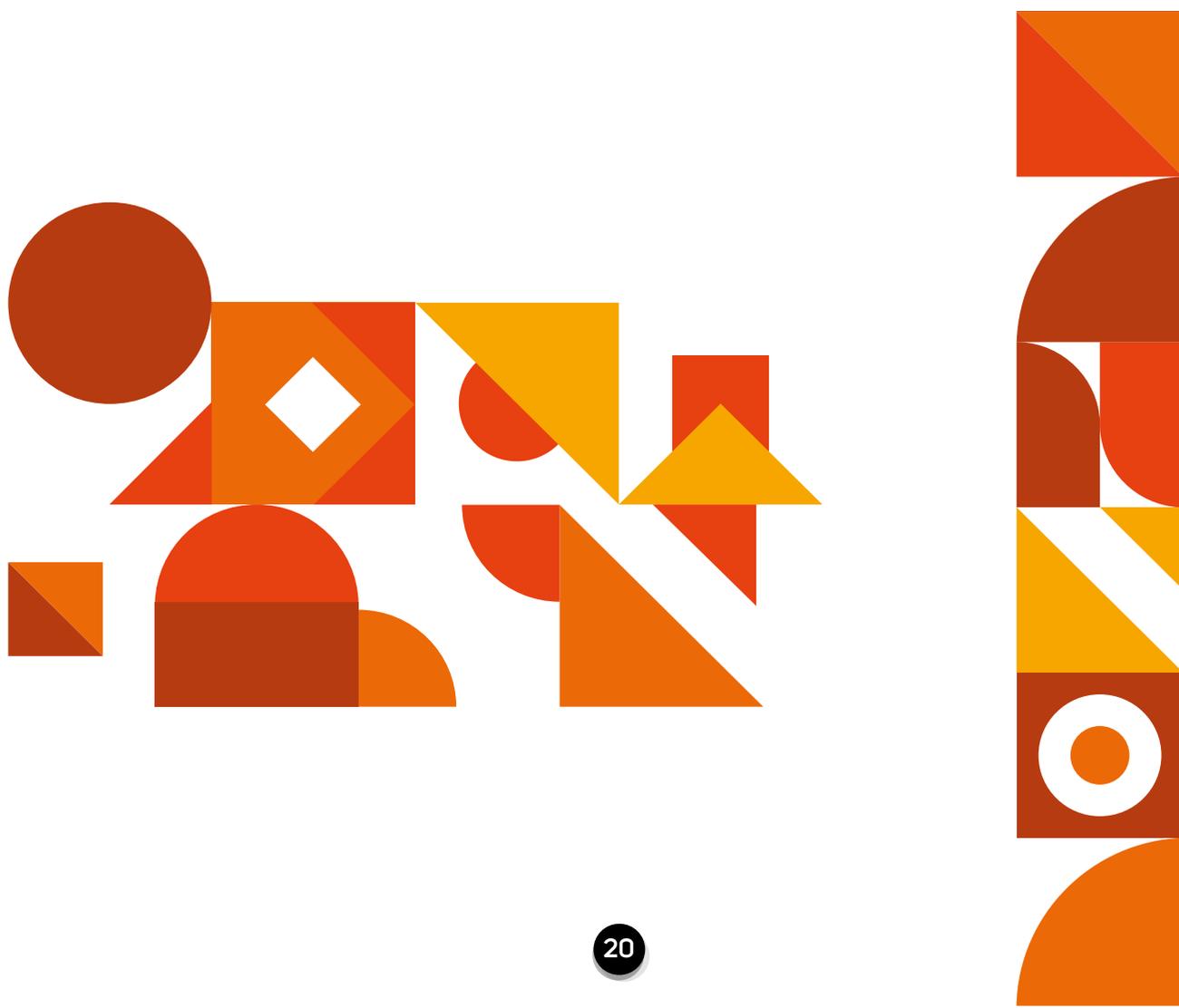
MATERIAIS DIFERENCIADOS

PEÇA	TOTAL
Fachada externa	17.708,69
Espaço instagramável	25.043,03

BRINDES E MATERIAIS DE APOIO

PEÇA	CRIAÇÃO	FINALIZAÇÃO	TOTAL
Bandeirinha / estandarte	2.573,40	2.319,36	4.892,76
Baralho / jogo americano	3.387,95	2.697,65	6.085,60
Boné / óculos / pulseira	2.616,20	2.097,10	4.713,30
Botton / imã de geladeira / caixa fósforo / balão	2.391,17	1.902,44	4.293,61
Camiseta / colete / avental	2.573,40	2.319,37	4.892,77
Chaveiro / pendrive / squeezer	2.391,17	1.902,44	4.293,61
Copo / bolacha de chopp / guardanapo	2.391,17	1.902,44	4.293,61
Gargaleira	2.145,42	1.611,14	3.756,56
Guarda-sol / toalha	2.573,40	2.319,37	4.892,77
Lápis / caneta / régua / mouse pad	2.029,45	1.778,19	3.807,64
Medalha / troféu / placa de homenagem	2.391,17	1.902,44	4.293,61
Sacola / bolsa	3.073,17	1.905,20	4.978,37
Viseira / bandana / cachecol / gorro / leque	2.214,45	1.720,20	3.934,65
Outros brindes e materiais de apoio - valor mínimo	2.029,45	1.778,19	3.807,64
Outros brindes e materiais de apoio - valor máximo	3.387,95	2.697,65	6.085,60

REFEÇÃO - ADICIONAL MÍNIMO DE 40%. VALORES EM REAIS



Materiais Gráficos

• Produção Gráfica

FOTOS ILUSTRATIVAS



MATERIAIS GRÁFICOS

PEÇA	CRIAÇÃO	FINALIZAÇÃO	TOTAL
Adesivos	2.145,42	1.270,13	3.415,55
Agenda (capa + miolo)	4.003,68	2.257,25	6.260,94
Book - capa	4.329,50	3.386,57	7.716,06
Book - miolo (por página)	3.853,20	2.427,06	6.280,26
Bula	6.451,45	5.247,58	11.699,03
Broadside (por lâmina, cada lado)	2.406,35	1.736,77	4.143,12
Caderno (capa + miolo)	6.541,19	4.566,96	11.108,15
Caixa de pizza	2.327,65	1.901,06	4.228,72
Calendário simples	8.355,26	6.628,16	14.983,43
Calendário (por lâmina, cada lado)	4.176,26	3.313,39	7.489,65
Capa de catálogo / caderno / agenda / carnê	3.813,16	3.574,32	7.387,48
CD - capa / label	4.600,09	2.681,08	7.281,17
CD - encarte (por lâmina)	2.404,97	1.521,40	3.926,37
Cardápio - capa	3.813,16	3.574,32	7.387,48
Cardápio - miolo (por página)	3.049,69	2.859,18	5.908,87
Carta / circular	2.283,48	1.855,49	4.138,97
Cartão de natal / cartão-postal	8.037,73	3.690,29	11.728,03
Cartaz / pôster	5.823,28	4.329,50	10.152,78
Cartazete	5.105,38	3.994,01	9.099,40
Cinta / faixa	2.029,45	1.693,97	3.723,42
Convite com envelope	3.998,16	3.516,34	7.514,50
Convite sem envelope	3.806,26	3.324,43	7.130,69
Cupom / crachá / ficha de inscrição	3.198,80	3.035,90	6.234,70
Diploma / certificado	3.386,57	2.333,17	5.719,74
Display de mesa	4.829,27	3.818,68	8.647,95
Encartes diversos (por página)	3.806,26	3.527,38	7.333,64
Etiqueta / tag	2.029,45	1.778,19	3.807,64
Flyer / ingresso / volante	3.806,26	3.527,38	7.333,64
Folder / folheto / catálogo (por página)	2.406,35	1.957,66	4.364,01
Folheto técnico (por página)	2.406,35	2.454,67	4.861,02
Guia / cartilha (capa)	3.462,49	2.711,46	6.173,95
Guia / cartilha - miolo (por página)	2.406,35	2.453,29	4.859,64
Mala direta (por lâmina, cada lado)	3.806,26	3.527,38	7.333,64

REFEÇÃO - ADICIONAL MÍNIMO DE 40%. VALORES EM REAIS

MATERIAIS GRÁFICOS – (Continuação)

PEÇA	CRIAÇÃO	FINALIZAÇÃO	TOTAL
Marcador de página / risque rabisque	2.145,42	1.536,58	3.682,00
Newsletter (por página)	2.406,35	2.453,29	4.859,64
Raspadinha	3.447,31	2.630,00	6.077,31
Rótulo promocional	4.829,27	3.818,68	8.647,95
Saco de Pão	3.073,17	1.905,20	4.978,37
Santinho	1.959,04	1.782,33	3.741,37
Tabela de preços / tabloide de ofertas (por pág.)	2.406,35	2.454,67	4.861,02
Testeira de computador	3.806,26	3.527,38	7.333,64

DIVERSOS

PEÇA	CRIAÇÃO	FINALIZAÇÃO	TOTAL
Mapa localização (mínimo)	3.688,90	2.289,57	5.978,48
Mapa localização (máximo)	5.048,78	3.441,12	8.489,91
Tabela / gráfico (mínimo)	1.151,40	1.349,36	2.500,76
Tabela / gráfico (máximo)	3.817,30	4.588,62	8.405,92

Digitalização de imagem	Valor unitário	473,54
Tratamento de imagem / sistema	Valor por hora de sistema	1.375,05
Vetorização de logotipos	Valor unitário	1.390,25

Print

Formato A3	317,53
Formato A4	156,01

Prova Digital

Formato A3	955,36
Formato A4	744,13

Ilustração

Ilustração 2D - Valor por Hora	1.375,06
Ilustração 3D - Valor por Hora	1.787,58

Rádio TV Cinema

• Produção Multimídia





PRODUÇÃO MULTIMÍDIA

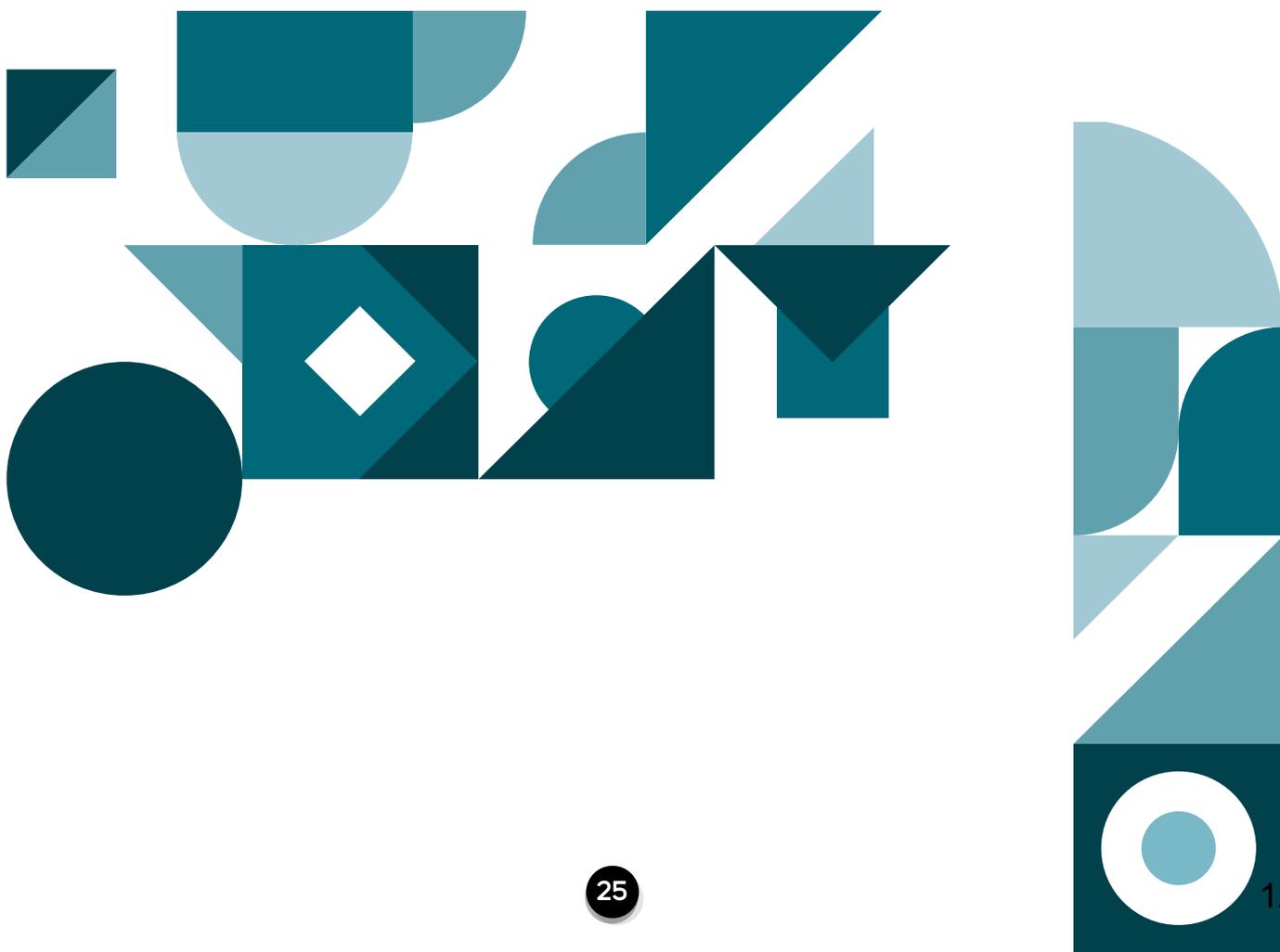
PRODUÇÃO ELETRÔNICA (CRIAÇÃO/ROTEIRO E TEXTO) – TODOS OS MEIOS

TOTAL

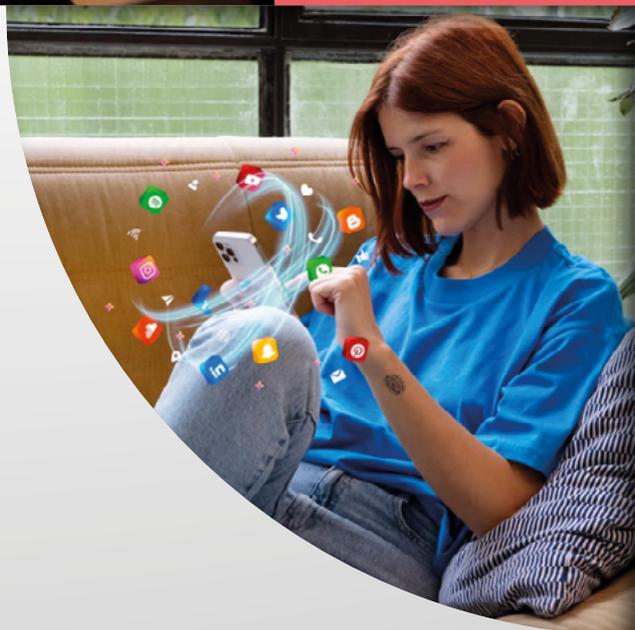
PEÇAS

Roteiro de peça audiovisual para podcasts, webseries e outros produtos digitais	17.240,70
Roteiro de filme /VT 15" / 30" / 45" / 60"	34.481,36
Texto de Jingle / trilha 30" / 60"	15.509,43
Lembrete / cartela para TV	826,97
Merchandising - texto para TV / rádio	7.750,57
Texto de spot 30" / 60"	7.750,57
Storyboard (por quadro)	646,11
Roteiro para vídeos de internet, redes sociais e dooh	17.240,70

REFAÇÃO - ADICIONAL MÍNIMO DE 40%. VALORES EM REAIS



Comunicação Digital, Produção e Serviços.



FOTOS ILUSTRATIVAS

FORMATOS PUBLICITÁRIOS MAIS UTILIZADOS

PEÇA	DIMENSÕES - PIXEL
Arranha-céu (Skyscraper)	120 X 600
Arranha-céu largo (Wide skyscraper)	160 x 600
Banner	468 x 60
Super banner (Cabeçalho)	728 x 90
Super banner expansível	728 x 90 - 728 x 300
Giga banner (Cabeçalho grande)	970 x 90
Retângulo	180 x 150
Retângulo médio	300 x 250
Retângulo grande	336 x 280
Retângulo vertical	240 x 400
Barra vertical	200 x 446
Quadrado	250 x 250
Quadrado pequeno	200 x 200
Meia página (Half page)	300 x 600
Outdoor (Billboard)	970 x 250
Dhtml / Floater	Variável, até 72.200 pixels de área

MOBILE

Feature Phones	
Small Banner	120x20
Medium Banner	168x28
Large Banner	216x36
Smart Phones - Web & APPs	
Banner e Banner Expansível	300x50
Wide Banner e Wide Banner Expansível	320x50
Interstitial	300x250

Observação: Formatos padrão IAB e Rede Display Google (GDN). Sujeitos a alteração.

ANÚNCIOS DISPLAY

PEÇA/TIPO	PREÇO REFERÊNCIA	
Master (quaisquer dimensões)	5.009,98	
Adaptação (quaisquer dimensões)	ESTÁTICO	ANIMADO
	2.137,54	2.353,04
Replicação (Ajustes de especificações para outros veículos)	POR FORMATO	18 FORMATOS GDN*
	614,61	2.754,48

*Considerando horas de motion e replicação completa de uma campanha de display para a Rede Display Google (GDN), 18 formatos.



STORIES

PEÇA/TIPO	CRIAÇÃO FINALIZAÇÃO	
	ESTÁTICO	ANIMADO
Stories	2.137,54	2.353,04

OUTRAS PEÇAS

PEÇA/TIPO	CRIAÇÃO FINALIZAÇÃO
Post simples/Anúncio Redes Sociais (jpg/gifs + texto) - 1 tela	4.725,19
Post Carrossel (jpg/gifs + texto) - de 2 a 10 telas	9.450,38
Cover para Redes Sociais	4.725,19

CRIAÇÃO / ANIMAÇÃO / PROGRAMAÇÃO

Anúncios para Tablet Horizontal ou Vertical	10.522,30
Anúncios para Tablet Horizontal e Vertical	15.782,79

Observações: 1) Adaptações de materiais já criados: 50% do valor original.

2) Os preços de anúncio para tablet incluem animação e programação. Para anúncio estático cobrar 60%.

DIGITAL: POST, IGTV E DESTAQUES

PEÇA/TIPO	CRIAÇÃO FINALIZAÇÃO
Card para WhatsApp	4.815,19
Header para Redes Sociais (Facebook, YouTube, Instagram e LinkedIn)	4.815,19
Avatar	4.815,19
Convite Digital (e-mail, WhatsApp ou Redes Sociais)	4.815,19
Wallpaper/Descanso de tela	5.105,38

WEBSITE

PEÇA	CRIAÇÃO FINALIZAÇÃO
Criação de layout de tela/página incluindo estudo de UX. Exemplo: Home, Empresa, Serviços, Galeria de Mídias, Formulário de Contato, Formulário de Orçamento, Notícias, Clientes, Casos de Sucesso, Resultados de busca e telas de painel de Administração.	53.267,73

HOTSITE

PEÇA	CRIAÇÃO FINALIZAÇÃO
Hotsite é tecnicamente a estrutura de seções menor e mais focada à lançamentos de promoções, concursos, eventos, entre outros. Possui um período de vida definido e precisa ter uma estratégia de comunicação bem elaborada, alinhada com a estratégia da campanha.	
Criação de layout de tela/página incluindo estudo de UX. Exemplo: Home, Sobre o Evento, Como Chegar, Agenda, Palestrantes, Patrocinadores, Formulário de Contato, Formulário de Inscrição simples, sem meio de pagamento ou controles integrados e telas de painel de Administração.	29.206,08*

*Atualização de conteúdo de Website, Hotsite 40% do valor original

VÍDEOS CURTOS, CARTELADOS E REDES SOCIAIS (baixa complexidade)

PEÇA/TIPO	CRIAÇÃO FINALIZAÇÃO
Vídeos digitais para redes sociais, cartelados, mídia indoor* 7"/10"/15"/30"/45"/60"	32.225,57
Vinheta 5" ou 7" (vinheta de abertura e encerramento)	1.231,21

* sem captação, sem locução, mas utilizando recursos como gifs, animação simples de imagens, motion graphics.

*Adaptação de formato de vídeo já criado, considerar 60% valor original

MOBILE SITE

PEÇA	CRIAÇÃO FINALIZAÇÃO
Criação de layout de tela/página incluindo estudo de UX. Exemplo: Home, Empresa, Serviços, Galeria de Mídias (fotos, vídeos), Formulário de Contato, Formulário de Orçamento, Notícias, Clientes, Casos de Sucesso, Resultados de busca e telas de painel de Administração.	30.356,71

BLOG

PEÇA	CRIAÇÃO FINALIZAÇÃO
O Blog nada mais é que um website com foco em divulgar rapidamente informações de um modo simples e rápido.	
Responsivo com 5 seções: Home, Categoria de conteúdo, Conteúdo, Resultados de Busca e Fale conosco. Especificação funcional, arquitetura de informação (UX), sitemap, wireframe, layout e desenvolvimento front-end e back-end. Painel de Administração para atualização de conteúdo. HTML desenvolvido utilizando os padrões W3C (HTML, XHTML, CSS, XML, etc). Configurações básicas para indexação em buscadores. Testes nas últimas versões dos principais navegadores.	17.516,50

LANDING PAGE

PEÇA	CRIAÇÃO FINALIZAÇÃO
Página criada exclusivamente como destino de uma campanha. Tem como principal objetivo informar o usuário sobre uma determinada ação, lançamento, promoção com foco em aumentar o engajamento e conversão.	
Criação de layout de página única. Exemplo: Espaço para banners em slider, espaço de blocos de textos, imagens, espaço para vídeos incorporados de ferramenta de terceiros, formulário de captação que envia um e-mail ao administrador.	9.736,22*

*Atualização de conteúdo de Landing Page 40% do valor original

Observações válidas para Website, Hotsite, Mobile Site, Blog e Landing Page:

1) Os preços não incluem produção de conteúdo e ferramentas interativas não especificadas no escopo.

2) Os preços não incluem hospedagem, compra de domínio e certificados de segurança, que devem ser orçados à parte.

3) Os preços são para criação de layout não incluem programação.

E-MAIL MARKETING

PEÇA	CRIAÇÃO FINALIZAÇÃO
Criação e produção do HTML Criação de layout – conteúdo produzido a partir de briefing do cliente.	4.585,89

NEWSLETTER

PEÇA	CRIAÇÃO FINALIZAÇÃO
Criação e produção do HTML Criação de layout – conteúdo especializado produzido pelo cliente.	4.815,19

E-BOOK

PEÇA	CRIAÇÃO FINALIZAÇÃO
Criação e produção de E-book Valor por página	2.406,35

PLANEJAMENTO DIGITAL

SERVIÇO / ESCOPO	PREÇO REFERÊNCIA
Planejamento de Campanha em Canais Digitais Abrange 2 áreas distintas: planejamento estratégico de campanhas digitais e planejamento de mídia para campanhas digitais. Partimos do princípio de que as premissas globais como objetivos, metas, matriz swot e demais componentes de um planejamento estratégico da marca já foram feitos e implementados.	
Planejamento Estratégico de Campanhas em Canais Digitais A partir de briefing padrão com todas as informações referentes a campanha a ser planejada, a equipe de planejamento, em conjunto com as equipes de BI e Mídia, desenvolverão o planejamento estratégico da campanha definindo: métodos de abordagem, personas alvo das ações, jornada do consumidor de acordo com o produto ou serviço objeto da campanha e objetivos a serem atingidos.	50.684,11
Planejamento de Mídia para Campanhas em Canais Digitais A partir de briefing padrão com todas as informações referentes a campanha a ser planejada, somadas as informações do planejamento estratégico da campanha, a equipe de mídia definirá: canais digitais que melhor atendem a estratégia definida, volume de mídia em cada canal, plano de mídia padrão com todo o detalhamento técnico dos canais escolhidos, KPIs, modelos e periodicidade de relatório para o cliente.	34.603,39
Gerenciamento e compra de mídia digital, em operação contínua Atendimento – em nível geral do contrato, responsável por enviar informações e pela operacionalização das demandas pontuais do cliente.	

REFAÇÃO - ADICIONAL MÍNIMO DE 40%. VALORES EM REAIS

PLANEJAMENTO DIGITAL – (Continuação)

SERVIÇO / ESCOPO	PREÇO REFERÊNCIA
<p>Plano tático de mídia – elaborado para todo o mix de canais, considerando cronograma de veiculações, orçamento e indicadores de performance.</p> <p>Compra de mídia – contato, solicitação de proposta e negociações com veículos de comunicação estabelecidos no planejamento.</p> <p>Otimização de campanhas – de acordo com os objetivos definidos no plano versus resultados de performance.</p> <p>Status – relatório via e-mail, com os principais resultados de performance da campanha, o resumo das otimizações da semana e as tendências acerca dos KPIs. do cliente.</p>	36.964,72

REDES SOCIAIS

SERVIÇO / ESCOPO	PREÇO REFERÊNCIA
<p>Planejamento de Redes Sociais</p> <p>O planejamento de redes sociais inclui definição dos objetivos, tipos de conteúdos, plataformas e canais, recursos a serem utilizados, persona da marca, métricas, definição de ferramentas para análise de desempenho e resultados.</p>	39.053,57

PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO

SERVIÇO / ESCOPO	PREÇO REFERÊNCIA
<p>Mapeamento de Presença Digital:</p> <p>Elaboração de diagnóstico sobre os ambientes digitais empregados pelo cliente para expor sua marca na internet. O mapeamento compreende as seguintes atividades: (até 6 canais)</p> <ul style="list-style-type: none">· Identificação, junto com a equipe do cliente, dos principais assuntos tratados, seus públicos e necessidades de comunicação· Análise editorial.· Análise da arquitetura de informação.· Análise da presença digital em ferramentas de busca.· Análise da atuação da ativação nas redes sociais.· Identificação do nível de penetração dos ambientes digitais.	26.050,44
<p>Diagnóstico e Matriz Estratégica:</p> <p>Levantamento de informações e análise da presença digital do cliente e de suas temáticas, que subsidiarão a elaboração da sua matriz estratégica e do seu plano de ação digital. O diagnóstico e a elaboração da matriz estratégica compreendem as seguintes atividades: (até 10 canais)</p> <ul style="list-style-type: none">· Entrevistas exploratórias presenciais com representantes do cliente para o levantamento de insumos.· Levantamento de públicos, desejos, insumos, potencialidades, fraquezas, oportunidades e ameaças.	25.787,22

PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO – (Continuação)

REFAÇÃO - ADICIONAL MÍNIMO DE 40%. VALORES EM REAIS

SERVIÇO / ESCOPO	PREÇO REFERÊNCIA
<ul style="list-style-type: none"> · Benchmarking. · Definição do objetivo da presença digital do cliente e suas temáticas. · Indicação dos canais de atuação. · Desenvolvimento da matriz estratégica, com a consolidação do objetivo da presença digital e suas temáticas. · Proposição do mapa do sítio, com indicação das áreas específicas do cliente e suas temáticas, quando couber. · Proposição de um plano de ação digital, com recomendação de canais. · Proposição conceitual dos indicadores de avaliação de performance estratégica (os indicadores deverão ser reavaliados após a entrega do sítio, de acordo com os objetivos sazonais do cliente). Indicação de parceiros, recursos, gestores e ferramentas necessárias para o sucesso do projeto. 	<p>25.787,22</p>
<p>Diagnóstico de Conteúdo</p> <p>Realização de análise dos conteúdos produzidos pelo cliente, considerando a adequação do tema, do público-alvo e do formato utilizado. O diagnóstico de conteúdo orientará as etapas de macroarquitetura padrão, projeto editorial e produção de conteúdo. O diagnóstico compreende as seguintes atividades:</p> <ul style="list-style-type: none"> · Mapeamento do conteúdo disponibilizado nos canais de comunicação digital do cliente considerando, quando for o caso, propriedades prioritárias, secundárias e terciárias de sítios/portais e redes sociais. · Análise editorial do ambiente de comunicação digital do cliente, considerando: adequação de linguagem (clareza, qualidade de títulos e conteúdos), qualidade geral dos conteúdos, hierarquia de chamadas e conteúdos, organização geral das chamadas e dos conteúdos, aprofundamento de conteúdos, duplicidade ou não de informações, cruzamento de conteúdo, atualização frequente (ou falta de) de conteúdos, otimização e acabamento de conteúdos, acessibilidade. · Análise imagética do ambiente de comunicação digital do cliente. · Análise de vídeos publicados no ambiente de comunicação digital do cliente. 	<p>8.935,00</p>
<p>Planejamento de Conteúdo</p> <p>Estabelecer, a partir de briefing de projetos a abordagem a ser dada ao conteúdo, com o objetivo de orientar a produção de conteúdos em ambientes digitais. O planejamento de conteúdo orientará as etapas de macroarquitetura padrão, projeto editorial e produção de conteúdo. O serviço compreende as seguintes atividades:</p> <ul style="list-style-type: none"> · Definição de temas a serem abordados para o projeto específico. · Levantamento de insumos de conteúdo disponíveis para tratamento do tema. · Definição de linguagem para públicos indicados na etapa de planejamento estratégico. · Indicação, quando couber, de diretrizes editoriais para produção de conteúdos aplicados ao tema (infográficos, edição de vídeos, criação de títulos, tratamento de textos e aplicação de políticas de tagging). 	

PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO – (Continuação)

REFAÇÃO - ADICIONAL MÍNIMO DE 40%. VALORES EM REAIS

SERVIÇO / ESCOPO	PREÇO REFERÊNCIA
<ul style="list-style-type: none"> • Elaboração de diretrizes editoriais para criação. • Elaboração de diretrizes editoriais para criação e edição de vídeos; • Elaboração de diretrizes editoriais para criação de títulos, chamadas, tratamento de textos e aplicação de políticas de tagueamento, seguindo os padrões de indexação de conteúdo. • Definição de macro temas e construção de mapa de conteúdos. 	13.737,52
<p>Diagnóstico de Saúde Digital de Marca ou Tema: Elaboração de diagnóstico de saúde digital de marca ou tema, incluindo análise da percepção da marca no ambiente digital, redes sociais, blogs, portais e sites especializados, e identificação de influenciadores (detratores, evangelistas etc.), temas mais comentados, oportunidades, ameaças e saúde da marca. A elaboração do diagnóstico deve ter como premissas a análise de período suficiente para encontrar padrões e tendências, a definição de critérios para escolha de fontes e quantidade de blogs, redes, grupos ou portais especializados a serem analisados, e avaliação qualitativa contendo análise política, sociológica e comportamento de consumo.</p>	22.880,00
<p>Gestão da Rede de Influenciadores Digitais: Realização de acompanhamento evolutivo de mapa de influenciadores. A elaboração do relatório de acompanhamento contempla as seguintes atividades: (até 20 influenciadores e até 10 canais digitais).</p> <ul style="list-style-type: none"> • Acompanhamento de postagens/conteúdos nos ambientes digitais e análise da evolução do relacionamento com influenciadores digitais. • Análise de sentimentos das postagens dos perfis identificados. • Indicação/sugestão de ações de comunicação ou relacionamento ou corretivas por clusters definidos. 	42.542,50

MÉTRICAS E AVALIAÇÕES

SERVIÇO / ESCOPO	PREÇO REFERÊNCIA
<p>Relatório Gerencial Consolidado: Elaboração de análise consolidada do desempenho do cliente, para subsidiar a produção de conteúdo e ações interativas. O relatório deve apresentar a análise do desempenho de comunicação digital, com a consolidação das informações mais relevantes, desempenho de redes e de monitoramento de redes sociais em um único documento A elaboração do relatório compreende as seguintes atividades:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Indicação de assuntos e aspectos relevantes. • Apresentação dos principais números. • Realização de análise de impacto dos conteúdos produzidos e ações de comunicação realizadas. 	

MÉTRICAS E AVALIAÇÕES – (Continuação)

SERVIÇO / ESCOPO	PREÇO REFERÊNCIA
<ul style="list-style-type: none"> Indicativo, evolução e grau de sentimentalização de tendências, oportunidades de atuação. Apresentação dos principais números. Realização de análise de impacto dos conteúdos produzidos e ações de comunicação realizadas. Indicativo, evolução e grau de sentimentalização de tendências. Recomendação de oportunidades de atuação. 	20.800,00

CONTEÚDO

SERVIÇO / ESCOPO	PREÇO REFERÊNCIA
<p>Criação de Conteúdo: Texto criado a partir de briefing e planejamento estabelecido para canais internos, redes sociais, Tv Corporativa, mesacast, podcast (valor por canal e por campanha).</p>	39.053,53
<p>Gestão de Conteúdo: Planejamento, execução técnica, migração de conteúdo, monitoramento e avaliação de performance dos conteúdos de comunicação digital do cliente e de suas temáticas, em mecanismos de busca na internet. A ação visa manter posicionamento privilegiado dos endereços eletrônicos do órgão/entidade nos resultados obtidos nos mecanismos de busca, de forma a potencializar o atingimento dos objetivos de comunicação junto a públicos de interesse. A ação contempla as seguintes etapas: (Ação de até 30 dias).</p> <ul style="list-style-type: none"> Planejamento: Análise do contexto conceitual vinculado à temática da ação, identificação das categorias temáticas, segmentações e palavras-chave vinculadas à ação. Proposição de indicadores de performance para avaliação dos resultados, tais como: quantidade de impressões, cliques, tempo de permanência nas páginas receptivas, tempo de navegação nos conteúdos de propriedade digital. Acompanhamento: Atividade diária durante a vigência da ação para monitoramento da performance e readequação da estratégia proposta, se for o caso. Avaliação: Análise da performance final da ação e recomendações para ações futuras. (valor por canal e por campanha). 	5.200,00

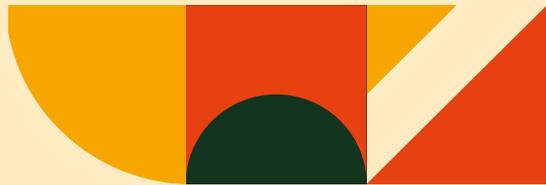
REDES SOCIAIS

SERVIÇO / ESCOPO	PREÇO REFERÊNCIA
<p>Moderação em Redes Sociais: Gerenciamento de perfis em redes sociais, contemplando a identificação, análise e execução de ações tais como: monitoramento, resposta, exclusão etc. As intervenções são pontuais e de rápida execução, sem necessidade de elaboração de projetos ou documentos mais elaborados. A moderação compreende as seguintes atividades:</p> <ul style="list-style-type: none"> Acompanhamento dos perfis (horário comercial). Leitura e classificação (neutra, positiva e negativa) das interações. Articulação com interlocutores relacionados ao tema para a elaboração e respostas. Elaboração e postagem de respostas 	77.482,50

REFEIÇÃO - ADICIONAL MÍNIMO DE 40%. VALORES EM REAIS

The background features a light beige gradient with several abstract geometric shapes. At the top, there are two orange circles and a yellow semi-circle on the left. Below these, a dark green semi-circle is on the left, and a yellow semi-circle is on the right. In the center, the text 'Informações Adicionais.' is written in a bold, dark green, italicized font. Below the text, there is a large orange semi-circle on the left, a dark green semi-circle on the right, and a yellow square on the far right. At the bottom, there is a dark green square on the left, an orange square in the middle, a yellow semi-circle on the right, and a dark green semi-circle on the far right.

***Informações
Adicionais.***



MODELO DE PRECIFICAÇÃO OPCIONAL

PROJETOS - CUSTOS VARIÁVEIS

Custos referenciais hora-homem para planejamento, criação, com natureza e grau de complexidade diferentes e custos variáveis.

EXEMPLOS:

Site, mobile site, hotsite, e-commerce, landing page, blog e mobile app.

Análise de presença, Planejamento de marcas em redes sociais.

Planejamento de campanhas digitais.

Produção de conteúdo especializado e multimídia para sites, redes sociais, etc.

Criação e produção de Intervenções diferenciadas.

O orçamento final será baseado em três pilares essenciais:

- 1) Detalhamento claro do escopo de trabalho
- 2) Metodologia para execução e gestão de projeto
- 3) Tecnologia adotada

VALORES REFERENCIAIS DE HORA-HOMEM POR ÁREA

ÁREAS	VALORES REFERENCIAIS DE HORA-HOMEM
1) Planejamento	681,53
2) Atendimento e Gestão	437,74 a 546,83
3) Design/Criação	437,74 a 546,83
4) Produção de Conteúdo (web ou redes sociais)	398,80 a 474,11
5) Programação	327,29 a 429,93
6) Edição de vídeo	615,74 a 615,74

Observação:

Nos casos de veiculação em empresas de tecnologia que não remuneram a agência pelo desconto-padrão, a agência será remunerada pelo cliente pelo mesmo valor em percentagem da proposta de preço ofertada no contrato, respeitando o anexo B do CENP – Conselho Executivodas Normas Padrão.



Informações Adicionais

Este Anexo segue rigorosamente as Normas-Padrão da Atividade Publicitária, editadas pelo CENP – Conselho Executivo das Normas-Padrão, bem como a legislação da indústria da Propaganda, particularmente a Lei nº 4.680/65, e os Decretos nº 57.690/66 e nº 4.563/02.

Veiculação em Mídias Digitais

Nos casos de veiculação em empresas de tecnologia que não remuneram a agência pelo desconto-padrão, a agência será remunerada pelo cliente pelo mesmo valor em percentagem da proposta de preço ofertada no contrato, respeitando o anexo B do CENP – Conselho Executivo das Normas Padrão.

Trabalho Colaborativo

Este projeto assim como os capítulos de serviços digitais e planejamento tiveram a colaboração do Grupo de Trabalho de Produção Gráfica do Sinapro-SP, o qual é composto por vários profissionais das áreas envolvidas.

Gestão em contas públicas

A agência contratada deverá atentar-se ao artigo 2o. da Lei 12.232/10 que determina que os trabalhos da agência devem ser realizados de forma integrada, ou seja: 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 isso, artes, roteiros, posts e planos de mídia elaborados internamente em departamentos ou secretarias de comunicação de administrações públicas não podem ser produzidos ou veiculados por meio do contrato de publicidade entre o ente público e a agência. Todo trabalho deve estar, necessariamente, a cargo da agência.

Redes Sociais

Para gestão de redes sociais em contas públicas a agência contratada poderá impulsionar somente posts PUBLICITÁRIOS criados por ela. Posts noticiosos e desenvolvidos internamente pelos órgãos públicos devem ser publicados organicamente.

Serviços Internos

Os serviços internos são cobrados conforme os valores estipulados neste documento e devem obedecer ao item 3.6 das Normas-Padrão do CENP. Cada peça deve ser cobrada individualmente, independente de ser a mesma arte.

Serviços Externos

São todos os serviços contratados com terceiros para a execução dos trabalhos dos clientes anunciantes sob supervisão da agência. Os honorários de agência à taxa de 15% (quinze por cento) incidentes sobre os custos dos serviços de terceiros devem seguir o estipulado nos itens 3.6.1 e 3.6.2 das Normas-Padrão do CENP. Os honorários não incidem sobre os serviços internos, impostos, encargos sociais e reembolsos de despesas.

Reembolso de Despesas

Todos os gastos efetuados a serviço do cliente serão previamente autorizados e efetivamente comprovados, sendo debitados pelo preço de custo sem incidência de honorários ou comissões. Exemplos: viagens, diárias, transporte, alimentação, comunicação em geral, fotocópias, etc. Quando os reembolsos de despesas sofrerem taxaço de ISS, este custo deve ser repassado ao cliente.

Serviços não Previstos

A cobrança de serviços não previstos neste documento são de livre acerto entre a agência e o cliente.

Interior do Estado

Este documento é aplicável a todo o Estado de São Paulo. Em face das diferenças econômicas e peculiaridades regionais, as agências de propaganda do interior poderão conceder descontos. Recomendamos desconto máximo de 40%.

Glossário:

Você encontra o glossário no site sinaprosp.org.br/documentos



SINDICATO DAS AGÊNCIAS DE PROPAGANDA

Sinapro

SÃO PAULO

 sinaprosp.org.br/home

 /SinaproSP

 /SinaproSP

 /SinaproSP

File sua agência.

 (11) 3035.0099

 (11) 91162.0197

 atendimento@sinaprosp.org.br

Filiado à

