



EDITAL - CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2023

Processo nº 023/2023	Modalidade: Concorrência Pública nº 001/2023
Tipo: Técnica e Preço	
Objeto: Constitui objeto da presente licitação a qualificação, seleção e contratação de agência de publicidade e propaganda para a prestação de serviços de publicidade, divulgação, comunicação e marketing para a Câmara Municipal de Suzano, observando-se o contido no §1º do artigo 37 da Constituição Federal.	
Edital de Ampla Concorrência.	
Regido pela Lei Federal nº 12.232/2010, com complemento da Lei Federal nº 8.666/1993 e suas alterações, combinado com a Lei Complementar Federal nº 123/2006, alterada pela Lei Complementar Federal nº 147/2014, e Lei Federal nº 4.680/1965.	

DATA E HORÁRIO DA SESSÃO:

DIA 14/11/2023 às 09h30 horas

Local: A sessão pública da Concorrência será realizada, no dia e horário acima indicados, na sede da Câmara Municipal de Suzano situada à rua dos Três Poderes, 65, Jardim Paulista, Suzano (SP).

Os envelopes contendo os documentos serão recebidos no endereço acima mencionado, na sessão pública de processamento desta licitação.

PREÂMBULO:

A Câmara Municipal de Suzano torna público a quem possa interessar que, de ordem do Excelentíssimo Senhor Presidente, vereador Joaquim Antônio da Rosa Neto, acha-se aberta a **CONCORRÊNCIA**, do tipo **TÉCNICA E PREÇO**, respeitando-se o regime de execução definido na Lei Federal nº 12.232/2010, conforme objeto do certame adiante discriminado, ficando o Edital e seus anexos à disposição dos interessados para obterem seu texto integral. Os participantes deverão entregar os envelopes e declarações na data do certame contendo os documentos e propostas.

A presente licitação reger-se-á pelas normas estabelecidas na Lei Federal nº 12.232/2010, com complemento da Lei Federal nº 8.666/1993 e suas alterações, combinado com a Lei Complementar Federal nº 123/2006, alterada pela Lei Complementar Federal nº 147/2014, Lei Federal nº 4.680/1965, e ainda, em conformidade com as disposições deste Edital e seus Anexos.

1. OBJETO:

1.1. A presente licitação tem por objeto a qualificação, seleção e contratação de agência de publicidade e propaganda para a prestação de serviços de publicidade, divulgação, comunicação e marketing para a Câmara Municipal de Suzano, observando-se o contido no §1º do artigo 37 da Constituição Federal.



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

1.2.1. Objetivo Específico:

a) Os projetos e campanhas compreendem 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;

b) A alínea acima tem o intuito de atender ao princípio da publicidade e ao direito à informação, de difundir ideias, princípios, iniciativas ou instituições e de informar o público em geral; e

c) Também integram o objeto desta Concorrência, como atividades complementares, os serviços especializados pertinentes:

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

II - Ao planejamento e execução de pesquisas e outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias, sobre os resultados das campanhas realizadas e das campanhas em desenvolvimento relacionados à publicidade institucional, inclusive de utilidade pública da Câmara Municipal de Suzano; e

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

1.2.2. Não se confundem com o objeto desta licitação, estando, portanto, fora da contratação as atividades de promoção, patrocínio, relações públicas, assessorias de comunicação e de imprensa e aquelas que tenham por finalidade a realização de eventos festivos, bem como a publicação legal feita diretamente com a Imprensa Oficial do Estado ou do Município.

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

1.2.3. Dotação orçamentária: 02.17.17.01.031.7040.4053.3.3.90.39 – OUTROS SERVIÇOS DE TERCEIROS – PESSOA JURÍDICA - PUBLICIDADE INSTITUCIONAL.

1.2.4. Valor estimado da contratação: R\$ 1.500.000,00 (um milhão e quinhentos mil reais).

1.2.4.1. A Câmara Municipal de Suzano se reserva o direito de, a seu juízo, utilizar ou não a totalidade dos recursos previstos.

1.2.5. O prazo de vigência do contrato será de **12 (doze)** meses, contados a partir de sua assinatura, podendo ser prorrogado nos termos do artigo 57 da Lei Federal nº 8.666/1993, a critério da Administração, observando o seguinte:



- a) Eficiência e economia: A renovação do contrato com uma agência familiarizada com os processos e procedimentos da entidade pública pode levar a uma execução mais eficiente das campanhas, potencialmente economizando recursos financeiros e administrativos.
- b) Atendimento às normas e regulamentos: A agência tem um histórico de conformidade com todas as normas e regulamentos pertinentes à contratação de serviços de publicidade para o setor público, minimizando riscos legais.
- c) Capacidade de adaptação: A agência demonstrou capacidade de se adaptar a mudanças nas políticas, estratégias e objetivos da entidade pública, o que é fundamental para o sucesso contínuo da parceria.
- d) Transparência e ética: A agência adere a padrões elevados de transparência e ética em todas as suas operações, garantindo uma parceria confiável e de boa reputação.

1.2.5.1. REAJUSTAMENTO DE PREÇOS: Os preços poderão ser reajustados pelo IPCA - IBGE, desde que transcorridos 12 meses, contados da data de assinatura do contrato.

2. DAS CONDIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO:

2.1. Poderão participar desta licitação as empresas interessadas, do ramo de atividade pertinente ao objeto licitado, que tenham atividades disciplinadas pela Lei Federal nº 4.680/1965 e obtido o certificado de qualificação técnica de funcionamento, nos termos do artigo 4º da Lei Federal nº 12.232/2010, doravante designadas concorrentes, que atenderem a todas as exigências deste Edital e de seus Anexos, sendo vedada a participação de:

- a) Consórcios;
- b) Empresas declaradas inidôneas para licitar ou contratar com qualquer órgão ou entidade da Administração Pública Direta ou Indireta Federal, Estadual ou Municipal;
- c) Empresas suspensas temporariamente/impedidas de licitar ou contratar com a Administração Pública Direta e/ou Indireta do Município de Suzano, nos termos do inciso III do artigo 87 da Lei Federal nº 8.666/1993 e nos termos do artigo 7º da Lei Federal nº 10.520/2002;
- d) Empresas com falência decretada;
- e) Empresas que incidam nas vedações estabelecidas pelo artigo 9º da Lei Federal nº 8.666/1993; e
- f) Empresas cujo objeto social não seja pertinente e compatível com o objeto deste Edital.

2.2. No caso de participação de Microempresas (ME) ou Empresas de Pequeno Porte (EPP), com fundamento nos art. 42 a 45 da Lei Complementar Federal n 123/2006, serão acrescidos os seguintes procedimentos:

- a) As licitantes deverão comprovar a sua condição de **ME ou EPP** por todos os meios admitidos pelo ordenamento jurídico vigente quando da fase de apresentação dos documentos de habilitação.

3. EDITAL, ACESSO A INFORMAÇÕES E IMPUGNAÇÃO DO EDITAL:

3.1. O Caderno de Licitação, composto deste Edital e Anexos, poderá ser consultado no endereço rua dos Três Poderes, 65, Jardim Paulista, Suzano, São Paulo (SP), CEP: 08675-225, e/ou no site www.camarasuzano.sp.gov.br/certames.

3.2. Informações relativas à presente licitação poderão ser obtidas conforme segue, de acordo com seu teor:



3.2.1. QUESTÕES TÉCNICAS ou DIVERSAS – deverão ser formuladas por escrito, dirigidas a Comissão Permanente de Contratações e encaminhadas através do Protocolo da Câmara Municipal de Suzano, no endereço rua dos Três Poderes, 65, Jardim Paulista, Suzano, São Paulo (SP), CEP: 08675-225, ou através de e-mail, encaminhado ao e-mail cpl_eap@camarasuzano.sp.gov.br, que deverá ter o seu recebimento confirmado até 02 (dois) dias úteis antes do prazo marcado para abertura do certame.

3.2.2. As questões técnicas, tratadas no item 3.2.1, serão encaminhadas pela Comissão Permanente de Contratações para a Subcomissão Técnica, sem identificar à consulente.

3.3. Eventuais impugnações ao edital deverão ser encaminhadas por escrito e encaminhadas através do Protocolo da Câmara Municipal de Suzano, no endereço: rua dos Três Poderes, 65, Jardim Paulista, Suzano, São Paulo (SP), CEP: 08675-225, a identificação completa da empresa autora da impugnação, assinatura de seu representante legal e cópia simples do documento que comprove esta condição, observado o prazo previsto nos parágrafos 1º e 2º do artigo 41 da Lei Federal nº 8.666/1993, com suas posteriores alterações.

3.3.1. No instrumento de impugnação, é obrigatória a menção a documento pessoal, em se tratando de pessoa física, e de CNPJ, em se tratando de pessoa jurídica, mais nome para contato, endereço, telefone e endereço eletrônico.

3.4. Decairá do direito de impugnar os termos deste Edital, perante esta Edilidade, a licitante que não o fizer até o segundo dia útil antecedente à abertura da sessão pública.

3.5. Acolhida a impugnação oposta contra o ato convocatório será designada nova data para a realização da sessão pública da Concorrência.

3.6. Não serão conhecidas as impugnações subscritas por representantes não habilitados legalmente.

3.7. Qualquer cidadão ou licitante poderá impugnar o Edital por irregularidade, devendo protocolar o pedido devidamente fundamentado, nos termos do art. 41, da Lei Federal nº. 8.666/1993, observados os prazos ali fixados, ou seja, em até 05 (cinco) dias úteis anteriores à data da abertura das propostas, se cidadão, e em até 02 (dois) dias úteis antes da data das propostas, se licitante.

3.8. As impugnações poderão ser aceitas através do e-mail cpl_eap@camarasuzano.sp.gov.br, desde que a peça recursal esteja anexada e devidamente assinada.

3.9. As respostas aos possíveis pedidos de esclarecimentos ou impugnações serão disponibilizadas no mesmo endereço eletrônico a que se refere o item 3.1 deste Edital, sem informar a identidade da licitante consulente e de seu representante.

3.10. A licitante **não deve utilizar**, em eventual pedido de esclarecimento, termos que possam propiciar, quando do julgamento da via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária, a identificação de sua proposta, perante a Subcomissão Técnica.



3.11. É recomendável que as licitantes acessem diariamente o endereço eletrônico fornecido no item 3.1 deste Edital.

4. CONSTITUIÇÃO DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA

4.1. A concorrência será processada e julgada pela Comissão Permanente de Contratações, na forma da Lei Federal nº 12.232/2010, com exceção da análise e julgamento das Propostas Técnicas.

4.2. As Propostas Técnicas serão analisadas e julgadas por Subcomissão Técnica, composta por 03 (três) membros formados em comunicação, publicidade ou marketing ou que atuem em uma dessas áreas nos termos do art. 10 da Lei Federal nº 12.232/2010, designada através do Ato da Mesa nº 037/2023, de 09 de agosto de 2023.

4.3. 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.

5. ABERTURA DA LICITAÇÃO:

5.1. No dia, horário e local designados no preâmbulo deste Edital, terá início a sessão pública de processamento desta licitação, que será conduzida pela Comissão Permanente de Contratações e realizada em conformidade com a legislação pertinente, devendo os licitantes entregarem, primeiramente, os 04 (quatro) envelopes juntamente com as declarações previstas no Edital, fora dos envelopes.

5.2. Quanto aos representantes:

a) Tratando-se de **Representante Legal** (sócio, proprietário, dirigente ou assemblado), instrumento constitutivo da empresa registrado na Junta Comercial, ou tratando-se de sociedade simples, o ato constitutivo registrado no Cartório de Registro Civil de Pessoas Jurídicas, no qual estejam expressos seus poderes para exercer direitos e assumir obrigações em decorrência de tal investidura.

b) Tratando-se de **Procurador**, instrumento público de procuração, do qual constem poderes específicos para anuir, transigir ou renunciar a direitos em nome da empresa, bem como praticar todos os demais atos pertinentes ao certame.

5.2.1. O representante legal e o procurador deverão identificar-se exibindo documento oficial de identificação que contenha foto, **fora dos envelopes**.

5.2.2. A licitante que não contar com **representante** presente na sessão ou, ainda que presente, não puder praticar atos em seu nome por conta da apresentação de documentação defeituosa, ficará impedido de anuir, transigir ou renunciar a direitos em nome da empresa.



5.2.3. Será admitido apenas 01 (um) representante para cada licitante, sendo que cada um deles poderá representar apenas uma empresa/ licitante.

5.3. Recebimento dos Envelopes: Não serão recebidos envelopes enviados por via postal. Proceder-se-á o recebimento dos envelopes **1, 2, 3 e 4** contendo os documentos da proposta Técnica e proposta de Preços, juntamente com as declarações previstas no Edital, fora dos envelopes, observadas as recomendações abaixo:

I - ENVELOPE 1

- a) Deverá estar acondicionado o Plano de Comunicação Publicitária – **Via Não Identificada**;
- b) Só será aceito o Plano de Comunicação Publicitária – **Via Não Identificada** que estiver acondicionado no envelope padronizado e fornecido **obrigatoriamente** pela Câmara Municipal de Suzano;
 - b1) O envelope padronizado deverá ser retirado pela interessada no horário das 9h às 16h, no endereço rua dos Três Poderes, 65, Jardim Paulista, Suzano, São Paulo (SP), CEP: 08675-225 na Sala da Comissão Permanente de Contratações, até o dia útil anterior à data fixada para a realização da 1ª sessão pública deste certame;
 - b2) O envelope padronizado só será entregue à agência que o solicite formalmente por meio de Protocolo na Câmara Municipal de Suzano, no endereço rua dos Três Poderes, 65, Jardim Paulista, Suzano, São Paulo (SP), CEP: 08675-225, ou através de e-mail, encaminhado ao e-mail cpl_eap@camarasuzano.sp.gov.br.
- c) Deverá estar **sem fechamento e sem rubrica**;
- d) **Não poderá**:
 - d1) ter nenhuma identificação;
 - d2) apresentar marca, sinal, etiqueta ou outro elemento que possibilite a identificação da licitante; e
 - d3) estar danificado ou deformado as peças, material e ou demais documentos nele acondicionados de modo a possibilitar a identificação da licitante.
- e) Não deverá ter nenhum escrito, anotação, identificação ou qualquer elemento na parte externa do envelope.

II - ENVELOPE 2

- a) Deverá estar acondicionado o Plano de Comunicação Publicitária – **Via Identificada**, que conterà o mesmo teor da via não identificada, com exceção dos exemplos de peças referentes à ideia criativa;
- b) O invólucro 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;
- c) **NÃO poderá** ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – **Via Não Identificada (Envelope 1)** e possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura deste envelope; e
- d) deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:



ENVELOPE 2

CONCORRÊNCIA N° 001 /2023

PROCESSO ADMINISTRATIVO n° 023/2023

PROPOSTA TÉCNICA (Via Identificada)

O envelope 2 deverá ser providenciado pela licitante, identificado com denominação social e o cadastro no CNPJ/MF da Licitante

III - ENVELOPE 3

- a) Deverão estar acondicionados a Capacidade de Atendimento, Repertório e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação.
- b) O invólucro 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.
- c) **NÃO poderá** ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária - **Via Não Identificada (Envelope 1)** que possibilite a identificação da autoria deste; e
- d) Deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

ENVELOPE 3

CONCORRÊNCIA N° 001 / 2023

PROCESSO ADMINISTRATIVO n° 023/2023

CAPACIDADE DE ATENDIMENTO, REPERTÓRIO E RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO.

O envelope 3 deverá ser providenciado pela licitante, identificado com denominação social e o cadastro no CNPJ/MF da Licitante

IV - ENVELOPE 4

- a) A Proposta de Preços deverá ser entregue acondicionada no **ENVELOPE 4**;
- b) O invólucro deverá ser providenciado pela licitante e pode ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até sua abertura.
- c) **NÃO poderá** ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada (**Envelope 1**) e possibilite a identificação da autoria deste.
- d) O envelope deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:



ENVELOPE 4

CONCORRÊNCIA N° 001/2023

PROCESSO ADMINISTRATIVO n° 023/2023

PROPOSTA DE PREÇOS

O envelope 4 deverá ser providenciado pela licitante, identificado com denominação social e o cadastro no CNPJ/MF da Licitante.

6. DO CONTEÚDO DOS ENVELOPES

6.1. O ENVELOPE 1 - PROPOSTA TÉCNICA: deverá conter o Plano de Comunicação Publicitária, **sem a identificação da licitante com respectivos anexos**, ou seja, os exemplos de peças, impressos em leiautes ou gravados em CD/DVD (qualquer marca de fabricante), a serem elaborados a partir dos critérios a seguir e de acordo com a seguinte formatação:

- a) Em papel tipo sulfite, A4 – de até 90 g/m² branco;
- b) Caderno único, com espiral preto colocado à esquerda, capa e contracapa em papel sulfite branco, formato A4, branco e com até 90 g/m²;
- c) Espaçamento de 2 cm, nas margens direita e esquerda, a partir da borda;
- d) Títulos, entre títulos, parágrafos e linhas subseqüentes sem recuos;
- e) Espaçamento “simples” entre linhas e opcionalmente duplo entre parágrafos, títulos e subtítulos.
- f) Alinhamento justificado do texto.
- g) Texto e numeração de páginas em fonte “Arial”, cor “automático”, estilo “normal”, corpo 12 (doze); e
- h) Numeração em todas as páginas, em fonte Arial 12, pelo editor de textos, a partir da primeira página interna, em algarismos arábicos, canto inferior direito.
- i) Os textos do Raciocínio Básico, da Estratégia de Comunicação Publicitária e da relação de peças da Ideia Criativa, estão limitados, no conjunto, a 10 (dez) páginas, não computadas nesse limite a capa e contracapa e as páginas eventualmente utilizadas apenas para separação dos quesitos.

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

6.1.1.1. Raciocínio Básico será desenvolvido por meio de texto, gráfico e/ou tabela no qual a licitante fará um diagnóstico das necessidades de comunicação publicitária da **Câmara Municipal de Suzano**, sua compreensão sobre o objeto da licitação e, principalmente, sobre o desafio de comunicação expresso no Briefing – **ANEXO IV**.

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



6.1.1.2.1 Apresentação e defesa ao partido temático e do conceito que, de acordo com seu raciocínio básico, devem fundamentar a proposta de solução publicitária dos problemas específicos de comunicação da Câmara Municipal de Suzano

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

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

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

6.1.1.3.2. A relação deverá indicar as peças e/ou material que foram corporificados nos termos do subitem 6.1.1.3.3.

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

I – Ser apresentados sob a forma de:

- a) roteiro, leiaute e/ou storyboard impressos, para qualquer meio;
- b) protótipo ou “monstro” para peças destinadas a rádio e internet; e
- c) storyboard animado ou animatic ou storyboard impresso, para TV e cinema.

II - Limitar-se, **sob pena de desclassificação**, a 06 (seis) exemplos, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça e/ou material, observando as seguintes regras:

- a) Cada redução e/ou variação de formato será considerada como uma peça;
- b) Cada peça apresentada como parte de um kit será computada no referido limite;
- c) Peça sequencial, para qualquer meio (a exemplo de anúncio para revista, jornal, tablete, assim como painéis sequenciais de mídia exterior – outdoor, adesivagem de fingers) será considerada como uma peça, se o entendimento da mensagem depender da leitura do conjunto sequencial e uma peça sozinha não transmitir a mensagem completa da comunicação;
- d) Um hot site e todas as suas páginas serão consideradas uma peça;
- e) Um filme e o hot site em que se encontra hospedado serão considerados duas peças; e
- f) Um banner e o hot site para o qual ele esteja direcionado serão considerados duas peças.

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



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

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

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

6.1.1.3.8. Os storyboards animados, animatics, protótipos e monstros poderão ser apresentados em CD/DVD (qualquer marca de fabricante), executáveis no sistema operacional Windows, nos formatos universais, a exemplo de:

- a) storyboards animados e animatics, para TV e cinema: avi, mov, wmv, mpeg, vob;
- b) protótipos e monstros, para rádio: mp3, wma; e
- c) protótipos e monstros, para internet: pdf, jpg, html, mpeg, swf e mov.

6.1.1.3.9. Os exemplos de peças e/ou material devem ser apresentados **encadernados juntamente com o plano de comunicação**, e **não poderão** ser apresentadas soltas dentro do envelope, **sob pena de desclassificação**.

6.1.1.3.10. As peças gráficas poderão ser impressas em papel A4 ou A3 dobrado, sem limitação de cores, em qualquer tipo de papel ou gramatura, e devidamente numeradas.

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

- a) Justificativa da estratégia e das táticas recomendadas, em consonância com a estratégia de comunicação publicitária sugerida pela licitante em função da verba referencial indica no Briefing – **ANEXO IV**; e
- b) Simulação do plano de distribuição com todas as peças e/ou materiais.

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

- a) Período de distribuição das peças e/ou material;
- b) Quantidades de inserções das peças em veículos de divulgação;
- c) Valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em veículos de divulgação, separadamente por meios;
- d) Valores (absolutos e percentuais) alocados na produção e/ou na execução técnica de cada peça destinada a veículos de divulgação;
- e) Quantidades a serem produzidas de cada peça e/ou material de não mídia; e
- f) Valores (absolutos e percentuais) alocados na produção de cada peça e/ ou material de não mídia, entre outras que entender pertinente.



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

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

- a) Os preços das inserções em veículos de comunicação devem ser os de tabela cheia, vigentes na data de publicação do aviso de licitação;
- b) Deve ser desconsiderado o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei Federal 4.680/1965; e
- c) Devem ser desconsiderados os custos internos e os honorários sobre todos os serviços de fornecedores e veículos.
- d) Para veículos de comunicação e divulgação que não atuem com tabelas de preços públicas, mas que possam ser considerados como formas inovadoras de comunicação (tais como mídia programática, *trading desks* e redes sociais) a licitante deverá informar o montante de investimento proposto a ser utilizado com essas ferramentas no âmbito de sua estratégia, assim como para o alcance dos objetivos previamente estabelecidos, definindo em sua proposta quais métricas serão utilizadas para atingi-los (ex: cpm, true views, taxa de impressão, geração de leads, custo por alcance, cpc, cpe, custo por visualização de vídeo, custo por curtida, entre outros).
- e) Para fins desta licitação, a publicidade em plataformas digitais, a exemplo da programação de publicidade nas redes sociais Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn e Youtube, está inserida no conceito de forma inovadora de comunicação.

6.2- Envelope 2 - PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA - VIA IDENTIFICADA

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

6.3- Envelope 3 - CAPACIDADE DE ATENDIMENTO

Os documentos e informações deste envelope **NÃO poderão** 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 **Envelope 2**.

6.3.1. Capacidade de Atendimento da licitante deverá ser constituída por caderno específico composto por textos, tabelas, gráficos, diagramas, fotos e/ou outros recursos por meios dos quais a licitante discriminará:

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



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

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

b2) Os profissionais indicados para fins de comprovação da capacidade de atendimento deverão participar da elaboração dos serviços objeto deste Edital, admitida sua substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior, mediante aprovação prévia da Câmara Municipal de Suzano;

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

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

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

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

6.3.2. REPERTÓRIO

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

6.3.2.2. No caderno específico do Repertório deverão ser apresentadas 07 (sete) peças e ou material, independentemente do seu tipo ou característica e da forma de sua veiculação, exposição ou distribuição, observado o seguinte:

a) As peças e ou material devem ter sido veiculados, expostos ou distribuídos a partir de 1º de janeiro de 2017;

b) As peças eletrônicas deverão ser fornecidas em CD/DVD, executáveis no sistema operacional Windows, podendo integrar o caderno específico ou ser apresentados separadamente (soltos);

c) As peças gráficas poderão integrar o caderno específico ou ser apresentadas separadamente (soltas). Se apresentadas separadamente (soltas), as peças poderão ter qualquer formato, podendo inclusive ser apresentadas dobradas ou não;

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

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



6.3.2.3. A apresentação de peças e ou material em número inferior ao exigido no subitem 6.3.2.1. implica, para este quesito, pontuação máxima proporcional ao número de peças apresentadas.

6.3.2.4. A proporcionalidade a que se refere o subitem 6.3.2.3 será obtida mediante a aplicação da regra de três simples em relação à pontuação máxima prevista no subitem 8.3.

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

6.3.3 RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO

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

6.3.3.1.1. As propostas de que trata o subitem 6.3.3.1 devem ter recebido a autorização para sua produção ou terem sido veiculadas a partir de 1º de janeiro de 2017.

6.3.3.1.2. A apresentação de apenas 1 (um) relato no caderno específico implica, para este quesito, pontuação máxima equivalente à metade de pontuação máxima prevista no subitem 8.3, quesito relatos de Soluções de Problemas de Comunicação.

6.3.3.1.3. Os relatos deverão estar formalmente referendados pelos respectivos clientes.

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

6.3.3.1.5. Na última página do relato deverá constar a indicação do nome empresarial do cliente e a assinatura do seu respectivo signatário acompanhada do seu nome e cargo ou função.

6.3.3.2. Para cada Relato, é permitida a inclusão de até 05 (cinco) peças e/ou material não computados no limite de páginas a que se refere o subitem 6.3.3.1 independentemente do meio de divulgação, tipo ou característica da peça, caso em que, se incluídos:

a) As peças eletrônicas deverão ser fornecidas em CD/DVD (qualquer marca de fabricante), executáveis no sistema operacional Windows, podendo integrar o caderno específico ou ser apresentados separadamente (soltos);

b) As peças gráficas poderão integrar o caderno específico mencionado no subitem 6.3.3.1, ou serem apresentadas separadamente (soltas), preservadas, em qualquer hipótese, a compreensão de seu conteúdo e a indicação de suas dimensões originais. Se apresentadas separadamente (soltas), as peças poderão ter qualquer formato, podendo inclusive ser apresentadas dobradas ou não; e

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



6.4. Envelope 4 - ELABORAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇO

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

- a) À produção e à execução técnica de peça e/ou material;
- b) O planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos, de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas ou a serem realizadas;
- c) Criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinada a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias
- d) À intermediação na contratação de mídia digital, no caso em que os veículos não remunerem a agência pelo desconto de agência, na forma do disposto no artigo 11 da Lei Federal 4.680/1965; e
- e) O desconto a ser concedido nos custos internos, calculados sobre a **Tabela Referencial de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de São Paulo vigente na data da publicação do aviso desta licitação**, observando-se ainda que se destina a atender o disposto no parágrafo 3º do art. 44 e inciso II do art. 48 da Lei Federal nº 8.666/1993, evitando-se a inexecutabilidade do contrato administrativo que vier a ser firmado:

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

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

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

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

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

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



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

6.4.4 A classificação das Propostas de preço observará a ordem crescente dos percentuais apresentados, sendo considerada como a de menor preço aquela que receber maior pontuação, referente ao percentual de honorários mencionados no subitem 6.4.1 e pelo desconto concedido sobre a Tabela de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de São Paulo.

6.4.5. O prazo de validade da Proposta de Preço deverá ser de, no mínimo, **90 (noventa) dias**, a contar da data da abertura da reunião de licitação, indicada neste Edital.

6.5. Envelope 5 - DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO:

6.5.1. A licitante cujas Propostas Técnica e de Preço tenham sido classificadas deverão entregar os Documentos de Habilitação no dia, hora e local estipulados pela Comissão Permanente de Contratações.

6.5.2. Os documentos de Habilitação deverão estar acondicionados no **envelope 5**, que deverá ser apresentado fechado, rubricado no fecho e deverá conter os seguintes dizeres em sua face externa:

ENVELOPE 5

CONCORRÊNCIA N° 001/2023

PROCESSO ADMINISTRATIVO n° 023/2023

DOCUMENTO PARA HABILITAÇÃO

O envelope 5 deverá ser apresentado apenas pelas licitantes classificadas, devendo ser entregue em envelope providenciado pela licitante, lacrado, com a denominação social da licitante conforme previsto no Edital.

6.5.3. Serão consideradas habilitadas as licitantes que apresentarem os documentos relacionados nos subitens abaixo, desde que atendidos os requisitos das **DISPOSIÇÕES GERAIS SOBRE OS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO - subitem 9.3.**

6.5.4. HABILITAÇÃO JURÍDICA

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

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

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



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

6.5.5. REGULARIDADE FISCAL E TRABALHISTA

6.5.5.1. Comprovante de Inscrição e de Situação Cadastral perante a Fazenda Federal;

6.5.5.2. Comprovante de inscrição cadastral perante a Fazenda Municipal relativo à sede ou domicílio da licitante, pertinente ao seu ramo de atividade e compatível com o objeto deste certame;

6.5.5.3. Certidão Conjunta Negativa de Débitos Relativos aos Tributos Federais e à Dívida Ativa da União (ou Certidão Positiva com Efeitos de Negativa);

6.5.5.4. Certidão emitida pela Fazenda Municipal da sede ou domicílio da licitante que comprove a regularidade de débitos tributários relativos ao Imposto sobre Serviços de Qualquer Natureza – ISSQN;

6.5.5.5. Certificado de Regularidade do FGTS – CRF; e

6.5.5.6. Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas.

6.5.5.7. Para as ME ou EPP nos termos da Lei Complementar Federal nº 123/2006 e alterações, havendo alguma restrição na comprovação da regularidade fiscal, será assegurado o prazo de 5 (cinco) dias úteis, cujo termo inicial corresponderá ao momento em que o proponente for declarado o vencedor do certame, prorrogáveis por igual período, a critério da Administração Pública, para a regularização da documentação, pagamento ou parcelamento do débito, e emissão de eventuais certidões negativas ou positivas com efeito de certidão negativa.

a) A não regularização da documentação, no prazo previsto no item “6.5.5.7, implicará decadência do direito à contratação, sem prejuízo das sanções previstas no art. 81 da Lei Federal nº 8.666/1993, sendo facultado à Administração convocar as licitantes remanescentes, na ordem de classificação, para a assinatura do contrato, ou revogar a licitação;

b) Em caso de não comprovação da sua condição de ME ou EPP e/ ou não regularização dos documentos de comprovação da regularidade fiscal, a licitante estará sujeita às penalidades legais, ficando sujeita inclusive ao impedimento de licitar e contratar com a Administração Pública, pelo prazo de até 2 (dois) anos, sem prejuízo das multas previstas neste Edital; e

c) As empresas ME/EPP que desejarem usufruir dos benefícios de que trata a Lei Complementar Federal nº 123/2006 deverão apresentar, juntamente com os envelopes, a declaração prevista no **ANEXO I – C.**

6.5.5.8. O licitante que se considerar isento ou imune de tributos relacionados ao objeto da licitação, cuja regularidade fiscal seja exigida no presente Edital, deverá comprovar tal condição mediante a



apresentação de declaração emitida pela correspondente Fazenda do domicílio ou sede, ou outra equivalente, na forma da lei.

6.5.6 QUALIFICAÇÃO TÉCNICA

6.5.6.1. Declaração da Licitante de disponibilidade ou de que reúne condições de apresentar, na assinatura do Termo de Contrato, caso vencedora do certame, o **Certificado de Qualificação Técnica** emitido pelo Conselho Executivo das Normas-Padrão - CENP, entidade sem fins lucrativos, integrado e gerido por entidades nacionais que representam veículos, anunciantes e agências, ou por entidade equivalente, legalmente reconhecida como fiscalizadora e certificada das condições técnicas de agências de propaganda, conforme art. 4º, § 1º, da Lei Federal nº 12.232/2010;

6.5.6.2. Comprovação de aptidão para desempenho de atividade pertinente e compatível com o objeto desta licitação, mediante a apresentação de atestado(s) expedido(s) por pessoa jurídica de direito público ou privado, que comprove o disposto no art. 2º e no seu parágrafo 1º, incisos I e II, da Lei Federal nº 12.232/2010, bem com o inciso II e § 1º, art. 30 da Lei Federal nº 8.666/1993).

6.5.7 QUALIFICAÇÃO ECONÔMICO-FINANCEIRA

6.5.7.1. Certidão negativa de falência e concordata expedida pelo distribuidor da sede da pessoa jurídica; e

6.5.7.2. Certidão negativa de recuperação judicial ou extrajudicial expedida pelo distribuidor da sede da pessoa jurídica.

6.5.7.2.1 - Nas hipóteses em que a certidão encaminhada for positiva, deve o licitante apresentar certidão que comprove a homologação/deferimento pelo juízo competente do plano de recuperação judicial/extrajudicial em vigor.

6.5.7.3. Prova de Capital Social ou Patrimônio Líquido mínimo de R\$ 150.000,00 (cento e cinquenta mil reais), equivalente a 10% (dez por cento) do valor do contrato administrativo decorrente desta licitação, devendo a comprovação ser feita relativamente à data da apresentação da proposta, na forma da lei (Art. 31, § 3º, da Lei Federal nº 8.666/1993), caso a licitante não atinja, conforme previsto no item 6.5.7.4.3, os índices de solvência e de liquidez maiores ou iguais a 01 (um).

6.5.7.4. Balanço patrimonial e demonstrações contábeis do último exercício social, já exigíveis e apresentados na forma da Lei, que comprovem a boa situação financeira da empresa, **vedada** a sua substituição por balancetes ou balanços provisórios, podendo ser atualizados por índices oficiais quando encerrados há mais de **03** (três) meses da data de apresentação da proposta. (Artigo 31, inciso I, Lei Federal nº. 8.666/1993).

6.5.7.4.1. Serão considerados como legais o balanço e as demonstrações contábeis assim apresentados:

a) Pelas sociedades anônimas: publicados em Diário Oficial; ou em jornal de grande circulação; ou por fotocópia registrada; ou autenticada na Junta Comercial da sede ou domicílio da **licitante**;



b) Pelas sociedades por cotas de responsabilidade limitada: fotocópia do Livro Diário, inclusive com os Termos de Abertura e de Encerramento, devidamente autenticado na Junta Comercial da sede ou domicílio da **licitante** ou em outro órgão equivalente; ou fotocópia do Balanço e das Demonstrações Contábeis devidamente registrados ou autenticados na Junta Comercial da sede ou domicílio da **licitante** e/ou Escrituração Contábil Digital, nos termos do Decreto Federal nº 6.022/2007; e

c) Pelas sociedades criadas no exercício em curso: fotocópia do Balanço de Abertura, devidamente registrado ou autenticado na Junta Comercial da sede ou do domicílio da **licitante**.

6.5.7.4.2. Se a licitante tiver sido constituída há menos de 1 (um) ano de exercício, apresentar Balanço de Abertura.

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

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

- Índice de Liquidez Corrente (**LC**) superior ou igual a 1,00; e

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

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

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

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

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

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

6.5.8. DECLARAÇÃO DE REGULARIDADE FISCAL HABILITATÓRIA: Declaração da licitante, elaborada em papel timbrado e subscrita por seu representante legal, que não há fato impeditivo para sua habilitação e que se encontra em situação regular perante o Ministério do Trabalho, conforme modelo **ANEXO I - A**.

6.5.9. DOCUMENTAÇÃO COMPLEMENTAR: conforme modelo **ANEXO I - B**.



7- DA ABERTURA DOS ENVELOPES:

7.1. Os **envelopes 1, 2, 3 e 4**, juntamente com as declarações previstas no Edital, fora dos envelopes, serão recebidos na data e horário estipulados no preâmbulo do Edital e em seguida, em ato público, serão rubricados pela Comissão Permanente de Contratações, pelas licitantes presentes e após remetido para exame da Subcomissão Técnica.

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

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

7.2. PRIMEIRA SESSÃO:

7.2.1 Abertura da sessão pública de licitação será realizada no dia, hora e local previsto no preâmbulo deste Edital e terá a seguinte pauta inicial:

7.2.1.1. identificação dos representantes das licitantes, por meio do(s) documento(s) exigido(s) no subitem 5.2;

7.2.1.2. entrega dos **envelopes 1, 2, 3 e 4**, juntamente com as declarações previstas no Edital, fora dos envelopes;

7.2.1.2.1. O não recebimento do **envelope 1**, também impedirá de receber os demais envelopes da mesma licitante.

7.2.1.3. Rubricar, no fecho, os envelopes 2 e 4 que permanecerão fechados sob a guarda da Comissão Permanente de Contratações, e separá-los dos envelopes 1 e 3.

7.2.1.4. Retirada do conteúdo do envelope 1 e 3.

7.2.1.5. a Comissão Permanente de Contratações rubricará e analisará o material retirado dos envelopes e os licitantes irão somente rubricar o material, sem exame de seu conteúdo, orientados e acompanhados pela Comissão.

7.2.2. Após o encerramento do prazo para o recebimento dos envelopes, nenhum outro envelope, documento ou embalagem será recebido.

7.2.3. A Comissão, antes da abertura do **envelope 1**, adotará medida para evitar que seus membros e/ou os representantes das licitantes possam, ainda que acidentalmente, identificar a autoria de algum Plano de Comunicação Publicitária.

7.2.4. Abertos os **envelopes 1 e 3**, as licitantes não poderão desistir de suas Propostas, salvo por motivo justo decorrente de fato superveniente e aceito pela Comissão.



7.2.5. A análise e os trâmites administrativos pertinentes ao conteúdo dos **envelopes 1 e 3** observarão os seguintes procedimentos:

- a) Suspensão da sessão para análise individualizada e julgamento, pela Subcomissão Técnica, das vias não identificadas do Plano de Comunicação Publicitária e Capacidade de Atendimento e dos Relatos de Solução de Problema de Comunicação;
- b) Encaminhamento pela Comissão Permanente de Contratações à Subcomissão Técnica, dos **envelopes 1;**
- c) Elaboração e encaminhamento, pela Subcomissão Técnica à Comissão Permanente de Contratações, do relatório de julgamento dos Planos de Comunicação Publicitária, com a pontuação e de justificativa das razões que as fundamentaram em cada caso;
- d) Encaminhamento, pela Comissão Permanente de Contratações à Subcomissão Técnica, dos **envelopes 3;**
- e) Elaboração e encaminhamento, pela Subcomissão Técnica à Comissão Permanente de Contratações do relatório de julgamento das Propostas referentes à Capacidade de Atendimento e aos Relatos de Solução de Problema de Comunicação, com as pontuações e justificativas das razões que as fundamentaram em cada caso.

7.2.6. Se alguma Proposta Técnica for desclassificada com fundamento no subitem 8.4, a Subcomissão Técnica atribuirá pontuação a cada quesito da Proposta e lançará sua pontuação em planilhas que ficarão acondicionadas em envelope fechado e rubricado no fecho pelos membros da Subcomissão Técnica, até que expire o prazo para recursos relativos a essa fase.

7.2.7. O disposto no subitem 8.4 não se aplica aos casos em que o descumprimento resulte na identificação da licitante antes da abertura dos envelopes 2.

7.2.8. As planilhas conterão, respectivamente, as pontuações de cada membro para cada quesito do Plano de Comunicação Publicitária apresentado pelas licitantes e as pontuações de cada membro para os quesitos Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Solução de Problemas de Comunicação de cada licitante.

7.3 SEGUNDA SESSÃO:

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

- a) Identificação dos representantes das licitantes. Caso a empresa não tenha tido representante na sessão anterior, a licitante deverá se identificar por meio do(s) documento(s) exigido(s) no subitem 5.2;
- b) Abertura do receptáculo contendo o **envelope 2;**



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

d) Elaboração da planilha geral com o somatório das pontuações atribuídas ao Plano de Comunicação Publicitária e separadamente, aos demais quesitos de cada Proposta Técnica.

d1) Executar o sorteio previsto no subitem 8.15, quando for o caso.

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

7.3.3. Do resultado do julgamento e classificação ou desclassificação, caberá recurso.

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

7.4. TERCEIRA SESSÃO:

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

a) Identificação dos representantes das licitantes. Caso a empresa não tenha tido representante nas sessões anteriores, a licitante deverá se identificar por meio do(s) documento(s) exigido(s) no subitem 5.2;

b) Abertura dos envelopes 4, exame e rubrica de seus conteúdos pela Comissão Permanente de Contratações e representantes;

c) Julgamento das Propostas de Preço com a identificação das propostas de menores preços, nos termos da exigência fixada no Edital, registrando em Ata as propostas em ordem de classificação; e

d) Do julgamento das propostas caberá recurso.

7.5. QUARTA SESSÃO:

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

a) Identificação dos representantes das licitantes. Caso a empresa não tenha tido representante nas sessões anterior, a licitante deverá se identificar por meio do(s) documento(s) exigido(s) no subitem 5.2;

b) Recebimento e abertura dos **envelopes 5**, das empresas classificadas e decisão sobre a habilitação, conforme exigências fixadas neste Edital;

c) Caso a Comissão Permanente De Contratações julgue necessário fazer o exame internamente, encerra-se a sessão; e

d) Do resultado do julgamento da habilitação e inabilitação, caberá recurso.



8. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS:

A) JULGAMENTO DA PROPOSTA TÉCNICA

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

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

8.2.1. Plano de Comunicação Publicitária

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

- a) Das funções e do papel da Câmara Municipal de Suzano nos contextos social, político e econômico; (máximo de 2 pontos)
- b) Da natureza, da extensão e da qualidade das relações da Câmara Municipal de Suzano com seus públicos; (máximo de 2 pontos)
- c) Das características da Câmara Municipal de Suzano e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária; (máximo de 1 ponto)
- d) Sobre a natureza e a extensão do objeto da licitação; (máximo de 1 ponto)
- e) Do desafio de comunicação expresso no Briefing; e (máximo de 2 pontos)
- f) Das necessidades de comunicação da Câmara Municipal de Suzano para solucionar esse desafio. (máximo de 2 pontos)

8.2.1.2. Estratégia de Comunicação Publicitária: (15 pontos)

- a) A adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza e à qualificação da Câmara Municipal de Suzano e a seu desafio de comunicação; (máximo de 3 pontos)
- b) A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito propostos; (máximo de 3 pontos)
- c) A riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação da Câmara Municipal de Suzano com seus públicos; (máximo de 3 pontos)
- d) A adequação e a exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do desafio de comunicação expresso no Briefing; (máximo de 2 pontos)
- e) A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta; e (máximo de 2 pontos)
- f) A capacidade de articular os conhecimentos sobre a Câmara Municipal de Suzano o mercado no qual se insere, seu desafio de comunicação, seus públicos, os objetivos de comunicação previstos no Briefing e a verba disponível. (máximo de 2 pontos)

8.2.1.3. Ideia Criativa (35 pontos)

- a) Sua adequação ao desafio de comunicação expresso no Briefing; (máximo de 5 pontos)
- b) Sua adequação à estratégia de comunicação publicitária sugerida pela licitante; (máximo de 5 pontos)
- c) Sua adequação ao universo cultural dos segmentos de público-alvo; (máximo de 4 pontos)
- d) A multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta; (máximo de 3 pontos)



- e) A originalidade da combinação dos elementos que a constituem; (máximo de 3 pontos)
- f) Simplicidade da forma sob a qual se apresenta; (máximo de 3 pontos)
- g) Sua pertinência às atividades da Câmara Municipal de Suzano e à sua inserção nos contextos social, político e econômico; (máximo de 3 pontos)
- h) Os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças e/ou material apresentados; (máximo de 3 pontos)
- i) A exequibilidade das peças e/ou do material; e(máximo de 3 pontos)
- j) A compatibilidade da linguagem utilizada nas peças e/ou no material aos meios e aos públicos propostos. (máximo de 3 pontos)

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

- a) O conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público prioritários; (máximo de 3 pontos)
- b) A capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos; (máximo de 2 pontos)
- c) A consistência do plano simulado de distribuição das peças e/ou do material em relação às duas alíneas anteriores; (máximo de 3 pontos)
- d) A pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos de comunicação próprios da Câmara Municipal de Suzano; (máximo de 2 pontos)
- e) A economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças e /ou do material; e (máximo de 3 pontos)
- f) A otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa. (máximo de 2 pontos)

8.2.2. Capacidade de Atendimento: (10 pontos)

- a) O porte e a tradição dos clientes atuais da licitante e o conceito de seus produtos e serviços no mercado; (máximo de 2 pontos)
- b) A experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias; (máximo de 2 pontos)
- c) A adequação das qualificações e das quantificações desses profissionais à estratégia de comunicação publicitária da Câmara Municipal de Suzano; (máximo de 2 pontos)
- d) A adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que estarão à disposição na execução do Contrato; (máximo de 2 pontos)
- e) A operacionalidade do relacionamento entre a Câmara Municipal de Suzano e a licitante, esquematizado na proposta; e (máximo de 1 ponto)
- 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 Suzano sem ônus adicional, durante a vigência do Contrato. (máximo de 1 ponto)

8.2.3. Repertório: (10 pontos)

- a) A ideia criativa e sua pertinência ao problema que a licitante se propôs a resolver; (máximo de 4 pontos)
- b) A qualidade da execução e do acabamento da peça e/ou material; e (máximo de 4 pontos)
- c) A clareza da exposição das informações prestadas. (máximo de 2 pontos)



8.2.4. Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação: (5 pontos)

- a) A evidência de planejamento publicitário; (máximo de 2 pontos)
- b) A consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução; (máximo de 1 ponto)
- c) A relevância dos resultados apresentados; e (máximo de 1 ponto)
- d) A concatenação lógica da exposição. (máximo de 1 ponto)

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

Quesitos	Pontos	Pontos
Plano de Comunicação Publicitária		
Raciocínio Básico	10	75
Estratégia de Comunicação Publicitária	15	
Ideia Criativa	35	
Estratégia de Mídia e Não Mídia	15	
Capacidade de Atendimento	10	25
Repertório	10	
Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	05	
Pontuação Máxima Total		100

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

8.3.2 A Subcomissão 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 previstos neste Edital.

8.3.3. Persistindo a diferença de pontuação prevista após a reavaliação do quesito, os membros da Subcomissão Técnica, autores das pontuações consideradas destoantes, deverão registrar em relatórios 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.

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

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



8.4 Será desclassificada a Proposta que:

- a) Não atender às exigências do presente Edital e de seus anexos; e
- b) Tentar influenciar a Comissão Permanente de Contratações ou a Subcomissão Técnica no processo de julgamento das propostas.

B) DA PROPOSTA DE PREÇOS

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

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

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

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

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

- a) Honorários sobre serviços externos de produção intermediados pela agência;
- b) Honorários sobre pesquisas e instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento como a intermediação e supervisão da agência;
- c) Honorários sobre formas inovadoras de comunicação publicitária com a intermediação e supervisão da agência;
- d) Honorários sobre o valor da mídia digital contratada por intermédio da agência, quando o veículo não remunerar com o desconto de agência; e
- e) Percentual de desconto sobre os custos internos, baseado na tabela de Custo Internos do Sindicato das Agência de Propaganda do Estado de São Paulo – SINAPRO/SP vigente na data da publicação do aviso desta licitação, a ser concedido pela agência à Câmara Municipal de Suzano.

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

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

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



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

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

8.12.1. A Classificação se dará da seguinte forma:

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

PONTOS	PERCENTUAL DE HONORÁRIOS
100	Até 10%
80	11%
60	12%
40	13%
20	14%
10	15%

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

PONTOS	PERCENTUAL DE HONORÁRIOS
100	Até 10%
80	11%
60	12%
40	13%
20	14%
10	15%

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



PONTOS	PERCENTUAL DE HONORÁRIOS
100	Até 10%
80	11%
60	12%
40	13%
20	14%
10	15%

d) Percentual de honorários sobre a contratação de mídia digital com a intermediação da agência, quando o veículo não remunerar a agência pelo desconto de agência:

PONTOS	PERCENTUAL DE HONORÁRIOS
100	Até 15%
80	16%
60	17%
40	18%
20	19%
10	20%

e) Desconto sobre a Tabela de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de São Paulo, fixados nos limites estabelecidos no quesito 6.4:

PONTOS	DESCONTO SOBRE A TABELA DE CUSTO INTERNOS
100	De 60% ou acima de 60%
80	De 50% a 59%
60	De 40% a 49%
40	De 30% a 39%

8.12.2. Serão consideradas as melhores propostas de preço aquelas que atingirem as maiores pontuações através da fórmula abaixo:

NFPP= Nota final da Proposta de preço

D1 - Pontuação aplicada ao percentual sobre honorários de produção externa



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

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

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

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

$$\text{NFPP} = \underline{\text{D1} + \text{D2} + \text{D3} + \text{D4} + \text{D5}}$$

C) DO JULGAMENTO FINAL DAS PROPOSTAS

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

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

PF = Pontuação final

NFPT = Pontuação relativa à proposta técnica

NFPP = Pontuação relativa à proposta de preço

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

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

8.15. Após a utilização do critério de desempate, persistindo o empate, a decisão se fará através de sorteio que ocorrerá em sessão pública.

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

8.17. Será assegurado, como critério de desempate, preferência de contratação para as microempresas e empresas de pequeno porte, entendendo-se como empate ficto aquelas situações em que a pontuação final, constituída pela média ponderada das pontuações das Propostas Técnica e de Preço, alcançada pelas microempresas e empresas de pequeno porte, sejam superiores em até 10% (dez por cento) à média ponderada apresentada pela licitante mais bem classificada e desde que não seja esta uma microempresa ou empresa de pequeno porte.

8.18. Caso fique evidenciado o empate ficto, nos moldes do item 8.17, a empresa ME/EPP será convocada para que, caso deseje, ofereça um preço menor do que o já apresentado. Nesse caso, será recalculada sua pontuação relativa à proposta de preço (NFPP) e em seguida sua pontuação final (PF). Sendo a pontuação



final da ME/EPP maior que a pontuação final do 1º colocado que não seja ME/EPP, a ME/EPP, beneficiada pela Lei Complementar Federal nº 123/2006, vencerá.

8.19. Ocorrendo o empate entre microempresas e empresas de pequeno porte, será realizado sorteio entre elas.

8.20. As empresas ME/EPP que desejarem usufruir dos benefícios de que trata a Lei Complementar Federal nº 123/2006 deverão apresentar a declaração prevista no ANEXO I – C por ocasião da entrega dos envelopes.

9. DA HABILITAÇÃO:

9.1. Os Documentos de Habilitação deverão ser entregues à Comissão Permanente de Contratações pelas licitantes classificadas no julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços, no dia, hora e local previstos na convocação da sessão a ser realizada para esse fim.

9.1.1. A licitante classificada no julgamento final das propostas que não apresentar os Documentos de Habilitação na referida sessão será alijada do certame.

9.1.2. Para se habilitar, a licitante deverá apresentar a documentação na forma prevista no subitem 6.5.

9.2. A Comissão Permanente de Contratações analisará os Documentos de Habilitação e julgará habilitadas as que atenderem integralmente aos requisitos de habilitação exigidos neste Edital.

9.2.1. Se nenhuma licitante restar habilitada, a Câmara Municipal de Suzano reabrirá a fase de Habilitação, com nova convocação de todas as licitantes classificadas no julgamento final das Propostas para apresentar os respectivos documentos, no prazo de **8 (oito) dias úteis**, em atenção aos princípios da eficiência e da economicidade, mantidas, neste caso, todas as condições preestabelecidas.

9.3. DISPOSIÇÕES GERAIS SOBRE OS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO:

9.3.1. Serão aceitas certidões positivas de débito, com efeitos de negativa, nos termos do artigo 206 do Código Tributário Nacional.

9.3.2. Se a licitante for a matriz, todos os documentos deverão estar em nome da matriz, e se for a filial, todos os documentos deverão estar em nome da filial, exceto aqueles documentos que, pela própria natureza, comprovadamente, forem emitidos somente em nome da matriz.

9.3.3. Caso a licitante pretenda que um dos seus estabelecimentos, que não o participante desta licitação, execute o futuro contrato, deverá ser apresentada a documentação de ambos os estabelecimentos.

9.3.4. Para efeito da validade das certidões de regularidade de situação perante a Administração Pública, se outro prazo não constar da lei ou do próprio documento, será considerado o lapso de 06 (seis) meses entre a data de sua expedição e a da abertura do certame.



9.3.5. A aceitação dos documentos obtidos via “internet” ficará condicionada à confirmação de sua validade, também por esse meio, pela Comissão Permanente de Contratações.

9.3.6. Os documentos poderão ser apresentados em formato original, por qualquer processo de cópia reprográfica autenticada por tabelião por força de lei, ou a publicação em órgão da imprensa na forma da lei e serão anexados ao processo licitatório, inclusive na hipótese da apresentação de documentos originais.

9.3.7. As autenticações poderão ser feitas pelos membros da Comissão Permanente de Contratações, mediante cotejo da cópia com o original.

9.3.8. Os documentos exigidos para habilitação não poderão ser substituídos por protocolos que configurem o seu requerimento, não podendo, ainda, ser apresentados posteriormente ao prazo fixado para a abertura do certame, exceto na situação do subitem 6.5.5.7.

10. DA ADJUDICAÇÃO, DA HOMOLOGAÇÃO, E CONTRATO:

10.1. Após o julgamento, a Comissão Permanente de Contratações encaminhará o processo à autoridade competente para, a seu critério, adjudicar e homologar o objeto do certame à empresa vencedora e, após, a adjudicatária será convocada para assinar e retirar o contrato.

10.2. As cláusulas gerais do instrumento contratual constam do **ANEXO V**, deste Edital.

10.3. A adjudicatária deverá no prazo de 05 (cinco) dias úteis, contados da data da convocação, comparecer para assinatura do contrato, observado o prazo de validade da proposta.

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

10.5. Na hipótese do não atendimento à convocação para assinatura do instrumento contratual ou havendo recusa em recebê-lo, fica facultado à Administração, desde que haja conveniência, proceder a adjudicação às demais licitantes, observada a ordem de classificação das propostas e a legislação vigente.

10.6. A contratada deverá prestar garantia no valor de 1% (um por cento) do valor do contrato, em conformidade com a legislação vigente, observando o disposto na cláusula décima segunda da minuta de contrato (ANEXO V).

11. DA FISCALIZAÇÃO:

11.1. A Câmara Municipal de Suzano nomeará Gestor(es) e fiscal(is) para realizar a fiscalização do contrato resultante desta concorrência e registrar em relatório todas as ocorrências, deficiências, irregularidades ou falhas porventura observadas na execução dos serviços.



12. DO RECEBIMENTO DO OBJETO:

12.1. O objeto desta licitação será recebido pela unidade requisitante, consoante o disposto no artigo 73 e 74, da Lei Federal nº 8.666/1993 e demais normas pertinentes.

12.2. Constatadas irregularidades na execução do objeto, a Administração poderá:

- a) Refutá-lo no todo ou em parte, determinando a substituição de produto, refazimento dos serviços ou rescindir a contratação, sem prejuízo das penalidades previstas;
- b) Na hipótese de substituição de produto ou refazimento de serviços, a contratada deverá fazê-lo em conformidade com as condições estabelecidas no instrumento contratual, no prazo máximo de 15 dias, contados da notificação por escrito, sem que isto implique em quaisquer ônus para a Câmara Municipal de Suzano; ou
- c) Na impossibilidade de serem substituídos ou refeitos, aplicar-se-ão as sanções cabíveis.

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

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

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

12.3.3. Os direitos patrimoniais poderão ser usados pela Câmara Municipal de Suzano em todas as suas modalidades de utilização, diretamente ou por intermédio de terceiros.

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

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

12.3.6. A Câmara Municipal de Suzano será a única proprietária das peças e demais materiais físicos e/ou digitais oriundos do cumprimento do contrato fruto da licitação, sejam estes passíveis ou não de proteção de Direito de Propriedade Intelectual.

13. CONDIÇÕES DE PAGAMENTO:

13.1. O(s) pagamento(s) serão efetuados, no prazo de 30 (trinta) dias a contar do recebimento da Nota Fiscal devidamente atestada.



13.1.1. Caso venha a ocorrer exigência de providências a serem cumpridas pela contratada, a fluência do prazo será interrompida, reiniciando-se a sua contagem a partir da data em que estas forem cumpridas, a critério da Administração.

13.2. O pagamento será efetuado por crédito em conta corrente, mediante transferência bancária, a critério da Administração, nos termos da legislação vigente.

13.3. A Nota Fiscal deverá ser compatível com o contrato social sob pena de não se efetuar o pagamento.

13.4. Para fins de liquidação e pagamento de despesas deverão ser atendidas as exigências legais.

13.5. Em atendimento ao art. 40, XIV “c” e “d” e art. 55, III e VII da Lei Federal nº 8666/93, nos casos de eventuais atrasos de pagamento, desde que a Contratada não tenha concorrido, de alguma forma, para tanto, fica convencionado que a taxa de compensação financeira devida pela Contratante, entre a data do vencimento e o efetivo adimplemento da parcela, será calculada mediante a aplicação da seguinte fórmula:

EM = I x N x VP, sendo:

EM = Encargos Moratórios;

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

VP = Valor da parcela a ser paga;

I = Índice de compensação financeira = 0,00012329, assim apurado:

I = (TX)

I = (6/100)/365

I = 0,00012329

TX = Percentual da taxa anual = 4,5%*

*De acordo com a meta da inflação fixada pelo Banco Central do Brasil.

14. PENALIDADES:

14.1. A licitante ou contratada que descumprir quaisquer das cláusulas deste Edital ou do instrumento contratual ficará sujeita às penalidades previstas nos artigos 86 e 87 da Lei Federal nº 8.666/1993.

14.2. Ficarão sujeitos a impedimento de licitar e de contratar com a Administração Pública direta e autárquica, pelo prazo de até 02 (dois) anos conforme dispõe o inciso III, Art. 87 da Lei Federal nº 8.666/1993, sem prejuízo das multas previstas no Edital e no instrumento contratual e das demais cominações legais, aquele que convocado dentro do prazo de validade da proposta:

14.2.1. Deixar de entregar documentação ou apresentar documentação falsa para o certame;

14.2.2. Não celebrar o contrato;

14.2.3. Comportar-se de modo inidôneo ou cometer fraude fiscal;

14.2.4. Não manter a proposta, lance ou oferta;



14.2.5. Ensejar o retardamento da execução do objeto da contratação; e

14.2.6. Falhar ou fraudar na execução do contrato.

14.3. DAS MULTAS - em cada caso, aplicar-se-á:

14.3.1. 20% (vinte por cento) do valor estimado para a contratação, em razão do descumprimento de exigência do Edital;

14.3.2. 0,33% (trinta e três centésimos por cento) por dia de atraso sobre a parcela do objeto;

14.3.3. 20% (vinte por cento) por inexecução parcial do instrumento contratual sobre o valor da correspondente parcela;

14.3.4. 20% (vinte por cento) por inexecução total do instrumento contratual sobre o seu valor;

14.3.5. 10% (dez por cento) sobre o valor da parcela que tenha problemas técnicos, mais multa de 0,33 (trinta e três centésimos) por cento ao dia enquanto os problemas técnicos não forem sanados, contados da data em que a Administração tiver comunicado à empresa a irregularidade;

14.3.6. 10% (dez por cento), por descumprimento de quaisquer das obrigações decorrentes do ajuste, que não estejam previstas nos subitens acima, a qual incidirá sobre o valor do instrumento contratual;

14.3.7. Os atrasos por problemas técnicos que perdurarem por mais de 10 (dez) dias, serão considerados inexecução parcial para os efeitos das aplicações das penalidades; e

14.3.8. Os atrasos superiores a 60 (sessenta) dias serão considerados inexecução total para efeito de aplicação de penalidade.

14.4. As penalidades serão aplicadas a critério da Administração e são independentes sendo que a aplicação de uma não exclui a das outras, quando cabíveis, conforme disposto no art. 87 da Lei Federal nº 8.666/1993.

14.5. O prazo para pagamento das multas será de 05 (cinco) dias úteis a contar da intimação da empresa apenada.

14.5.1. A critério da Administração e sendo possível, o valor devido será descontado da eventual garantia prestada.

14.5.2. Não havendo pagamento, o valor será inscrito como dívida ativa, sujeitando a devedora ao devido processo executivo.



15. DOS RECURSOS:

15.1. Dos atos da Administração cabem recursos, incumbindo à Comissão Permanente de Contratações e à proponente observar o disposto no art. 109, da Lei Federal nº. 8.666/1993, observados os prazos ali fixados, ou seja, 05 (cinco) dias úteis após a ciência oficial do ato.

15.2. Os memoriais de recurso e as contrarrazões deverão ser interpostos e entregues, mediante petição, devidamente fundamentados e protocolados até às 16 horas do último dia do prazo, no Protocolo da Câmara Municipal de Suzano, sediada na rua dos Três Poderes, 65, Jardim Paulista, Suzano, São Paulo (SP), CEP: 08675-225.

15.2.1. Os memoriais de recurso e as contrarrazões poderão ser aceitos através do e-mail cpl_eap@camarasuzano.sp.gov.br desde que a peça recursal esteja anexada e devidamente assinada.

15.3. Os recursos intempestivos ou apresentados em desacordo com as condições deste Edital, não terão análise de mérito.

15.4. A Comissão Permanente de Contratações reserva-se o direito de, a qualquer momento, consultar os setores técnicos da Administração.

16. DA PROTEÇÃO DE DADOS PESSOAIS

16.1. Todas as informações coletadas neste certame serão usadas apenas para os fins especificados no procedimento licitatório e não serão usadas para outros fins sem o consentimento explícito do titular dos dados.

16.1.1. Vale ressaltar que esse tratamento de dados é realizado em conformidade com a Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD – Lei nº 13.709/2018), fundamentados para o cumprimento de obrigação legal da Câmara Municipal de Suzano, nos termos do artigo 7º, II da LGPD.

16.2. A Câmara Municipal de Suzano obriga-se a tratar os dados que forem eventualmente coletados, conforme sua necessidade ou obrigatoriedade, respeitando os princípios da finalidade, adequação, transparência, livre acesso, segurança, prevenção e não discriminação, comprometendo-se a garantir a confidencialidade dos dados coletados por meio de uma política interna de privacidade, sem prejuízo das disposições legais, em especial, mas não se limitando, a Lei de Acesso à Informação - Lei nº 12.527, de 18 de novembro de 2011.

16.3. A Câmara Municipal de Suzano designa seu Encarregado em Proteção de Dados, responsável por assegurar o cumprimento da LGPD, podendo o LICITANTE entrar em contato, caso queira, por meio do seguinte e-mail: protecaodedados@camarasuzano.sp.gov.br.

17. DISPOSIÇÕES GERAIS:

17.1. Para solucionar quaisquer questões oriundas desta licitação, é competente, por disposição legal, o Foro da Comarca de Suzano.



17.2. É facultada à Comissão Permanente de Contratações ou à autoridade superior em qualquer fase da licitação, a promoção de diligência destinada a esclarecer ou complementar a instrução do processo.

17.3. Fica assegurado à Câmara Municipal de Suzano o direito de, no interesse da Administração, anular ou revogar, a qualquer tempo, no todo ou em parte, a presente licitação, dando ciência aos participantes, na forma da legislação vigente.

17.4. Será observado, ainda, quanto ao procedimento desta Concorrência:

17.4.1. A anulação do procedimento licitatório por motivo de ilegalidade não gera obrigação de indenizar, ressalvado o disposto no parágrafo único do artigo 59 da Lei Federal nº 8.666/1993.

17.4.2. A nulidade de procedimento licitatório induz à do contrato, ressalvado, ainda, o dispositivo citado no subitem imediatamente anterior.

17.4.3. No caso de desfazimento do processo licitatório, fica assegurado o contraditório e a ampla defesa.

17.5. As interessadas deverão ter pleno conhecimento dos elementos constantes do Edital, bem como de todas as condições gerais e peculiares do local onde serão executados os trabalhos, não podendo invocar nenhum desconhecimento como elemento impeditivo da formulação e sua proposta ou do perfeito cumprimento do Contrato.

17.6. As licitantes são responsáveis pela fidelidade e legitimidade das informações e dos documentos apresentados em qualquer fase da licitação, sob pena das sanções aplicáveis em cada caso, previstas neste edital, não se excluindo as de caráter civil e/ou criminal e a Câmara Municipal de Suzano não será, em nenhum caso, responsável por esses custos, independentemente da condução ou do resultado do processo licitatório.

17.7. É vedada a subcontratação, cessão ou transferência no todo ou em parte do objeto licitado, sem expressa anuência da Contratante, e a CONTRATADA não poderá subcontratar outra agência de propaganda para a execução de serviços previstos nesta Cláusula.

17.8. Na contagem dos prazos estabelecidos neste Edital e seus Anexos, excluir-se-á o dia do início e incluir-se-á o do vencimento. Só se iniciam e vencem os prazos em dias de expediente na Câmara Municipal de Suzano.

17.9. Os demais atos relativos a esta licitação serão realizados mediante publicação no Diário Oficial Eletrônico do Legislativo de Suzano.

17.10. Salvo imposição legal, o reconhecimento de firma somente será exigido quando houver dúvida de autenticidade.



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

17.12. As partes responderão por perdas e danos pelo inadimplemento de suas obrigações contratuais, além de outras cominações definidas na legislação em vigor.

18. ANEXOS DO PRESENTE EDITAL:

ANEXO I - A - Declaração de Regularidade Fiscal Habilitatória;

ANEXO I - B - Declaração Complementar; e

ANEXO I - C - Declaração ME/EPP.

ANEXO II - Modelo de Proposta de Preços;

ANEXO III - Termo de Referência;

ANEXO IV - Briefing;

ANEXO V - Minuta de Contrato.

Suzano, 25 de setembro de 2023.

A MESA DIRETIVA – AUTORIDADE COMPETENTE

Vereador JOAQUIM ANTONIO DA ROSA NETO
Presidente da Câmara Municipal de Suzano

Vereador ROGÉRIO APARECIDO CASTILHO
1º Secretário da Câmara Municipal de Suzano

Vereador EDIRLEI JUNIO REIS
2º Secretário da Câmara Municipal de Suzano



ANEXO I - A

DECLARAÇÃO DE REGULARIDADE FISCAL HABILITATÓRIA MODELO

À Câmara Municipal de Suzano

Concorrência nº 001/2023

Processo Administrativo nº 023/2023

Objeto: Qualificação, seleção e contratação de agência de publicidade e propaganda para a prestação de serviços de publicidade, divulgação, comunicação e marketing para a Câmara Municipal de Suzano, observando-se o contido no §1º do artigo 37 da Constituição Federal.

(Nome/Razão social), inscrita no CNPJ nº, por intermédio de seu representante legal, o(a) Sr(a)....., portador (a) da Cédula de Identidade nº e CPF nº, **DECLARA**, sob as penas da lei, que:

- 1. SE SUBMETE integralmente** aos termos do **EDITAL** do Pregão Eletrônico mencionado;
- Para efeito do cumprimento ao estabelecido no inciso VII, do art. 4º, da Lei Federal nº 10.520/2002, sob as penalidades cabíveis, que **cumprimos plenamente os requisitos para habilitação** exigida neste Edital.
- Sem prejuízo das sanções e multas previstas neste ato convocatório, que, **não possui sócio(s), gerente(s) ou diretor(es) na condição de cônjuge, companheiro(a) ou parente, em linha reta, colateral ou por afinidade, até 3º grau** de servidor ou agente político no âmbito da Câmara Municipal de Suzano;
- Para fins do disposto no inciso V do art. 27**, da Lei Federal nº 8.666/1993, acrescido pela Lei nº 9.854/1999, que **não emprega menor de 18 (dezoito) anos** em trabalho noturno, perigoso ou insalubre, e **não emprega menor de 16 (dezesesseis) anos**;

Ressalva: emprega menor, a partir de 14 anos, na condição de aprendiz ()

(Observação: em caso afirmativo, assinalar a ressalva acima)

- 5. Não foi declarada INIDÔNEA para licitar ou contratar com qualquer poder ou órgão da municipalidade de Suzano**, nos termos do inciso IV, do artigo 87 da Lei Federal nº 8.666/1993, bem como **que comunicarei qualquer fato ou evento superveniente** à entrega dos documentos da habilitação que venha alterar a atual situação quanto à capacidade jurídica, técnica, regularidade fiscal e idoneidade econômico-financeira;
- 6. Observa as normas relativas à saúde, higiene e segurança do trabalho**, para os fins estabelecidos pelo parágrafo único do art. 117 da Constituição do Estado de São Paulo;
- Nos termos do § 6º do art. 27 da Lei n.º 6.544/1989, **encontra-se em situação regular perante a Secretaria do Trabalho**, no que se refere à observância do disposto no inciso XXXIII do artigo 7º da Constituição Federal;



8. Nenhum diretor (ou gerente) desta entidade foi condenado por quaisquer dos crimes ou contravenções previstos no artigo 1º da Lei Estadual nº 10.218/1999, nos prazos que trata seu § 1º. Declaro também que comunicarei à Câmara Municipal de Suzano, durante o período em que o contrato estiver vigente, a ocorrência de condenação de qualquer de seus empregados, decorrente de prática dos referidos crimes ou contravenções, de que venha a ter conhecimento;

9. Para fins de direito e sob as penas da lei, a veracidade e fidelidade de todos os documentos e informações apresentados no âmbito do certame licitatório acima mencionado; e

10. Sem prejuízo das sanções e multas previstas neste ato convocatório, que se compromete a atender toda a legislação vigente (no âmbito, federal, estadual e municipal) durante a vigência contratual, no que tange ao objeto licitado e a execução dos serviços;

11. Para os devidos fins de direito e nos termos da lei, que cumprimos rigorosamente as normas contidas na Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD), Lei Federal nº 13.709, de 14 de agosto de 2018.

12. Que os dados pessoais aos quais detenham acesso em razão de eventual contratação serão utilizados exclusivamente para cumprimento do objeto contratual, devendo observar os princípios norteadores da referida legislação e as hipóteses de tratamento dos dados pessoais no desenvolvimento de suas atividades.

(Local)....., de..... de.....

Assinatura do representante legal ou bastante procurador

Nome completo:.....

RG.:..... Órgão Expedidor.....UF.....



ANEXO I - B

DECLARAÇÃO COMPLEMENTAR
MODELO

À Câmara Municipal de Suzano

Concorrência nº 001/2023

Processo Administrativo nº 023/2023

Objeto: Qualificação, seleção e contratação de agência de publicidade e propaganda para a prestação de serviços de publicidade, divulgação, comunicação e marketing para a Câmara Municipal de Suzano, observando-se o contido no §1º do artigo 37 da Constituição Federal.

(Nome/Razão social), inscrita no **CNPJ** nº, por intermédio de seu representante legal, o(a) Sr(a)....., portador (a) da Cédula de Identidade nº..... e **CPF** nº....., **DECLARA**, sob as penas da lei:

- 1) Conhecimento do instrumento convocatório; ter recebido o **ENVELOPE 01**, assim como todos os documentos e informações necessárias à participação nesta Concorrência, conhecendo e acatando as condições para o cumprimento das obrigações objeto da licitação;
- 2) Inexistência de impedimentos para a participação, ou seja, que não incorre em nenhum dos casos relacionados nas condições de participação do Edital.
- 3) Elaboração independente de Proposta:
 - a) Que a proposta apresentada foi elaborada de maneira independente;
 - b) Que a intenção de apresentar a proposta elaborada para participar dessa Concorrência não foi informada, discutida ou recebida de qualquer outro participante potencial ou de fato desta Concorrência, por qualquer meio ou por qualquer pessoa;
 - c) Que não tentou, por qualquer meio ou por qualquer pessoa, influir na decisão de qualquer outro participante potencial ou de fato dessa Concorrência quanto a participar ou não da referida licitação;
 - d) Que o conteúdo da proposta apresentada para participar dessa Concorrência não será, no todo ou em parte, direta ou indiretamente, comunicado ou discutido com qualquer outro participante potencial ou de fato dessa Concorrência antes da adjudicação do objeto da referida licitação; e
 - e) Que o conteúdo da proposta apresentada para participar dessa Concorrência não foi, no todo ou em parte, direta ou indiretamente, informado, discutido ou recebido de qualquer integrante da Câmara Municipal de Suzano antes da abertura oficial das propostas.

(Local)....., de..... de.....

Assinatura do representante legal ou bastante procurador

Nome completo:.....

RG.:..... Órgão Expedidor.....UF.....



ANEXO I - C
DECLARAÇÃO ME/EPP
MODELO

À Câmara Municipal de Suzano

Concorrência nº 001/2023

Processo Administrativo nº 023/2023

Objeto: Qualificação, seleção e contratação de agência de publicidade e propaganda para a prestação de serviços de publicidade, divulgação, comunicação e marketing para a Câmara Municipal de Suzano, observando-se o contido no §1º do artigo 37 da Constituição Federal.

(Nome/Razão Social), inscrita no **CNPJ** nº....., por intermédio de seu representante legal, o(a) Sr(a)....., portador (a) da Cédula de Identidade nº..... e **CPF** nº....., sem prejuízo das sanções e multas previstas neste ato convocatório, interessada em participar desta licitação, DECLARA, sob as penas da lei, ser

Microempresa

OU

Empresa de Pequeno Porte

OU

Microempreendedor Individual

nos termos de legislação vigente, não possuindo nenhum dos impedimentos previstos no § 4º do artigo 3º da lei Complementar nº 123/2006 e suas alterações.

Obs.: Favor assinalar somente uma das alternativas acima.

(Local)....., de..... de.....

Assinatura Digital do representante legal ou bastante procurador

Nome completo:.....

RG:..... Órgão Expedidor.....UF.....



ANEXO II
MODELO
PROPOSTA DE PREÇO

À Câmara Municipal de Suzano

Concorrência nº 001/2023

Processo Administrativo nº 023/2023

Objeto: Qualificação, seleção e contratação de agência de publicidade e propaganda para a prestação de serviços de publicidade, divulgação, comunicação e marketing para a Câmara Municipal de Suzano, observando-se o contido no §1º do artigo 37 da Constituição Federal.

Razão Social da PROPONENTE:		
Endereço:		
CEP:	Fone:	Fax:
e-mail:	CNPJ:	Inscrição Municipal:

OBJETO: Prestação de serviços de publicidade para realização de atividades integradas que possibilitem o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação. **A presente proposta é válida por ____ (_____) dias*, a contar de sua apresentação. (*no mínimo 90 dias)**

1) Declaramos que, na vigência do contrato decorrente da Concorrência n. 001/2023 promovida pela Câmara Municipal de Suzano serão cobrados os seguintes honorários:

- a) Honorários de% (.....por cento) sobre serviços externos de produção e outros, incumbidos a terceiros, com a intermediação e sob supervisão da agência;
- b) Honorários de% (.....por cento) sobre pesquisas e instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento, com a intermediação e supervisão da agência;
- c) Honorários de% (.....por cento) sobre formas inovadoras de comunicação publicitária com a intermediação e supervisão da agência;
- d) Honorários de% (.....por cento) o valor da mídia digital contratada com a intermediação da agência, nos casos em que os veículos não remunerem a agência pelo desconto de agência, na forma do disposto no artigo 11 da Lei Federal nº 4.680/1965; e
- e) Desconto a ser concedido à Câmara Municipal de Suzano sobre os custos internos, baseados na tabela referencial de custos internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de São Paulo vigente na data da publicação do aviso desta licitação.....%(..... por cento).

2) Ficam definidos, **sem estarem sujeitos à pontuação**, os percentuais máximos a serem pagos pela Câmara Municipal de Suzano:

- a) Remuneração de até 100% (cem por cento) aos Atores e modelos, sobre o cachê original, pelos direitos de uso de imagem e som de voz, na reutilização de peças por período igual ao inicialmente pactuado; e



b) Remuneração de até 100% (cem por cento) aos detentores dos direitos patrimoniais de uso de obras consagradas, incorporadas às peças e campanhas publicitárias realizadas, na reutilização destas por período igual ao inicialmente pactuado.

3) Declaramo-nos cientes de que a Câmara Municipal de Suzano procederá à retenção de tributos e contribuições nas situações previstas em Lei.

4) Informamos conhecer e aceitar as disposições alusivas a direitos autorais estabelecidas no subitem 12.3.

5) Declaramos que nos comprometemos em envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores de serviços especializados e veículos, quando for o caso, transferindo à Câmara Municipal de Suzano as vantagens obtidas.

LOCAL:	DATA:
---------------	--------------

Nome do REPRESENTANTE:	
RG:	CPF:
Assinatura do REPRESENTANTE:	

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



ANEXO III TERMO DE REFERÊNCIA

1. OBJETO

Constitui objeto da presente licitação a qualificação, seleção e contratação de agência de publicidade e propaganda para a prestação de serviços de publicidade, divulgação, comunicação e marketing para a Câmara Municipal de Suzano, observando-se o contido no §1º do artigo 37 da Constituição Federal.

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

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

1.2. à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias; à produção e à execução técnica das peças e/ou material criados pela agência contratada; e

1.3. As pesquisas e outros instrumentos de avaliação previstos no item 1.1 terão a finalidade de:

- a) Gerar conhecimento sobre o mercado ou o ambiente de atuação da Câmara Municipal de Suzano 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; e
- c) Possibilitar a mensuração dos resultados das campanhas ou peças, vedada a inclusão de matéria estranha ou sem pertinência temática com a ação publicitária.

2. DA JUSTIFICATIVA

A Diretoria de Comunicação da Câmara Municipal de Suzano tem por finalidade assessorar o Exmo. Sr. Presidente nas áreas de comunicação social, promover a divulgação das ações da Câmara Municipal de Suzano, disseminar informações de interesse público, coordenar e acompanhar a criação e veiculação da publicidade institucional relativa a planos, programas, projetos e ações, estabelecendo políticas e diretrizes, objetivando a manutenção de um fluxo permanente de informação à sociedade.

Tendo como intuito estimular a participação popular no debate e na definição de políticas públicas e prioridades sociais, também contribuir para o conhecimento e a compreensão da legislação municipal pelos munícipes e disseminar informações de interesse dos diversos segmentos sociais, serviços e direitos dos cidadãos, assim como contribuir para a transparência e compreensão dos atos, funções e responsabilidade do Legislativo Municipal, a Câmara Municipal de Suzano tomou por base e como paradigma para fixação da verba estimada e destinada à sua publicidade institucional com os objetivos acima referidos, outras Câmaras Municipais, como a de Arujá e Mogi das Cruzes.



A Câmara Municipal de Suzano está estimando para essa Contratação um gasto anual de R\$ 1.500.000,00 (um milhão e quinhentos mil reais), cujo montante é decorrente da disponibilidade financeira-orçamentária da Câmara, que demandará as ações e campanhas publicitárias a serem veiculadas.

Diante deste cenário, justifica-se o valor da verba disponível para a comunicação anual, com foco em manter uma comunicação eficiente e de responsabilidade, o intuito de estimular a participação popular no debate e na definição de políticas públicas pelo Poder Legislativo Municipal.

3. DA CONTRATAÇÃO DOS SERVIÇOS DE PUBLICIDADE E SEU FUNDAMENTO.

A Lei Federal nº 12.232/2010, em seu artigo 1º, estabelece a obrigatoriedade da realização de procedimentos licitatórios nas contratações pela Administração Pública de serviços de publicidade, que deverão ser prestados necessariamente por intermédio de agências de propaganda, no âmbito da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios, aí abrangidos os órgãos do Poder Executivo, Legislativo e Judiciário, bem como as pessoas da administração indireta e todas as entidades controladas direta ou indiretamente pela União, Estados e Municípios. Os serviços objeto da presente licitação serão contratados com agência de propaganda cujas atividades sejam disciplinadas pela Lei Federal nº 4.680/1965 e que tenham obtido certificado de qualificação técnica de funcionamento, nos termos da Lei Federal nº 12.232/2010.

4. APRESENTAÇÃO E ELABORAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA

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

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

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

4.3. Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada

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

- Em papel tipo sulfite, A4 – de até 90 g/m² branco;
- Caderno único, orientação retrato, com espiral preto colocado à esquerda, capa e contracapa em papel sulfite branco, formato A4, branco e com até 90 g/m²;
- Espaçamento de 2 cm, nas margens direita e esquerda, a partir da borda;
- Títulos, entre títulos, parágrafos e linhas subsequentes sem recuos;



- e) Espaçamento “simples” entre linhas e opcionalmente duplo entre parágrafos, títulos e subtítulos.
- f) Alinhamento justificado do texto.
- g) Texto e numeração de páginas em fonte “Arial”, cor “automático”, estilo “normal”, corpo 12 (doze); e
- h) Numeração em todas as páginas, em fonte Arial 12, pelo editor de textos, a partir da primeira página interna, em algarismos arábicos, canto inferior direito.

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

4.5. O Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada não poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que, por si só e de forma inequívoca, possibilite a identificação de sua autoria antes da abertura do Envelope nº 2.

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

4.6.1. RACIOCÍNIO BÁSICO: apresentação pela licitante de diagnóstico das necessidades de comunicação publicitária da Câmara Municipal de Suzano para enfrentar os desafios ou os problemas gerais e/ou específicos, de comunicação, sua compreensão sobre o objeto da licitação e, principalmente, sobre os desafios ou os problemas, gerais e/ou específicos, de comunicação a serem enfrentados;

4.6.2. ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA: apresentação pela licitante das linhas gerais da proposta para suprir os desafios ou os problemas, gerais e/ou específicos, de comunicação a serem enfrentados e alcançar os objetivos, gerais e específicos, de comunicação previstos no Briefing, compreendendo:

- a) Explicitação e defesa do partido temático e do conceito que, de acordo com seu raciocínio básico, devem fundamentar a proposta de solução publicitária; e
- b) Explicitação e defesa dos principais pontos da Estratégia de Comunicação Publicitária sugerida, especialmente o que dizer, a quem dizer, como dizer, quando dizer e que meios de divulgação, instrumentos ou ferramentas utilizar.

4.6.3. IDEIA CRIATIVA: apresentação pela licitante de campanha publicitária, observadas as seguintes disposições:

- a) Apresentar relação de todas as peças e/ou material que julgar necessários para a execução da sua proposta de estratégia de comunicação publicitária, como previsto no Edital, com comentários sobre cada peça e/ou material; e
- b) Da relação prevista na alínea anterior, escolher e apresentar 06 (seis) peças como exemplos para corporificar objetivamente sua proposta de solução dos desafios ou problemas, gerais e/ou específicos, de comunicação, conforme explicitado na estratégia de comunicação publicitária.



4.6.4. ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA: constituída de:

- a) Apresentação em que a licitante explicitará e justificará a estratégia e as táticas recomendadas, em consonância com a estratégia de comunicação publicitária por ela sugerida e em função da verba referencial indicada no Briefing sob a forma de textos, tabelas, gráficos e planilhas; e
- b) Simulação de plano de distribuição em que a licitante indicará todas as peças e/ou material destinados à veiculação, exposição ou distribuição, sob a forma de textos, tabelas, gráficos e planilhas, cujo valor estimado da campanha integral simulada será de **R\$ 150.000,00 (cento e cinquenta mil reais)**, por um período de 30 (trinta) dias.

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

- a) O período de distribuição das peças e/ou material;
- b) As quantidades de inserções das peças em veículos de divulgação;
- c) Os valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em veículos de divulgação, separadamente por meios;
- d) Os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção e/ou na execução técnica de cada peça destinada a veículos de divulgação;
- e) As quantidades a serem produzidas de cada peça e/ou material de não mídia;
- f) Os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção de cada peça e/ ou material de não mídia; e
- g) Os valores (absolutos e percentuais) alocados na distribuição de cada peça e/ou material de não mídia.

Nessa simulação:

- a) Os preços das inserções em veículos de comunicação devem ser os de tabela cheia, vigentes na data de publicação do Aviso de Licitação;
- b) Deve ser desconsiderado o repasse de parte do desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do artigo 11 da Lei Federal nº 4.680/1965; e
- c) Devem ser desconsiderados os custos internos e os honorários sobre todos os serviços de fornecedores.
- d) Para veículos de comunicação e divulgação que não atuem com tabelas de preços públicas, mas que possam ser considerados como formas inovadoras de comunicação (tais como mídia programática, *trading desks* e redes sociais) a licitante deverá informar o montante de investimento proposto a ser utilizado com essas ferramentas no âmbito de sua estratégia, assim como para o alcance dos objetivos previamente estabelecidos, definindo em sua proposta quais métricas serão utilizadas para atingi-los (ex: cpm, true views, taxa de impressão, geração de leads, custo por alcance, cpc, cpe, custo por visualização de vídeo, custo por curtida, entre outros).
- e) Para fins desta licitação, a publicidade em plataformas digitais, a exemplo da programação de publicidade nas redes sociais Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn e Youtube, está inserida no conceito de forma inovadora de comunicação.

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

4.7 - PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA - VIA IDENTIFICADA



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

I – Ter a identificação da licitante;

II – Ser datado; e

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

4.8. CAPACIDADE DE ATENDIMENTO

4.8.1. 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 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.

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

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

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

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

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

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

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

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

4.9. REPERTÓRIO

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

4.9.2. No caderno específico do Repertório deverão ser apresentadas 07 (sete) peças e ou material, independentemente do seu tipo ou característica e da forma de sua veiculação, exposição ou distribuição, observado o seguinte:



- a) As peças e ou material devem ter sido veiculados, expostos ou distribuídos a partir de 1º de janeiro de 2017;
- b) As peças eletrônicas deverão ser fornecidas em CD/DVD, executáveis no sistema operacional Windows, podendo integrar o caderno específico ou ser apresentados separadamente (soltos);
- c) As peças gráficas poderão integrar o caderno específico ou ser apresentadas separadamente (soltas). Se apresentadas separadamente (soltas), as peças poderão ter qualquer formato, podendo inclusive ser apresentadas dobradas ou não.
- d) As peças e ou material não podem se referir a ações executadas no âmbito de contratos de prestação de serviços de publicidade de que a Câmara Municipal de Suzano seja ou tenha sido signatário;
- e) Para cada peça e ou material previstos neste item, deverá ser apresentada ficha técnica com a indicação sucinta dos problemas que se propôs a resolver e a identificação da licitante e de seu cliente, além do título, data de produção, período de veiculação, e exposição e ou distribuição e, no caso de veiculação, menção de, pelo menos, um veículo que divulgou cada peça.

4.9.3. A apresentação de peças e ou material em número inferior ao exigido no subitem 4.9.2. implica, para este quesito, pontuação máxima proporcional ao número de peças apresentadas.

4.9.4. A proporcionalidade a que se refere o subitem 4.9.2. será obtida mediante a aplicação da regra de três simples em relação à pontuação máxima prevista no subitem 8.3 do edital.

4.9.5. Não há limitação de número de páginas para apresentação do repertório.

4.10. RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO

4.10.1. 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.

4.10.1. 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 Envelope nº 2.

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

- I – Será elaborado pela licitante, em papel que a identifique;
- II – Deverá ter nome, cargo ou função e assinatura de funcionário da licitante responsável por sua elaboração; e



III – Deverá estar formalmente referendado pelo cliente.

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

4.10.4. As propostas devem ter sido implementadas a partir de 01.01.2017.

4.10.5. É permitida a inclusão de até 05 (cinco) peças e/ou material, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça, para cada Relato. Se incluídas:

- I – As peças eletrônicas deverão ser fornecidas em CD/DVD (qualquer marca de fabricante), podendo integrar o caderno específico previsto no Edital ou ser apresentadas soltas;
- II – As peças gráficas poderão integrar o caderno específico previsto no Edital, em papel A4 ou A3 dobrado ou ser apresentadas soltas. Em todos os casos, deverão ser indicadas suas dimensões originais; e
- III – Para cada peça e/ou material deverá ser apresentada ficha técnica com a indicação sucinta do problema que se propuseram resolver.

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

5. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

5.1. A Subcomissão Técnica prevista no Edital analisará as Propostas Técnicas das licitantes quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Edital e em seus anexos.

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

5.3. Plano de Comunicação Publicitária;

5.4. Raciocínio Básico – a acuidade de compreensão:

- a)** Das funções e do papel da Câmara Municipal de Suzano nos contextos social, político e econômico; (máximo de 2 pontos)
- b)** Da natureza, da extensão e da qualidade das relações da Câmara Municipal de Suzano com seus públicos; (máximo de 2 pontos)
- c)** Das características da Câmara Municipal de Suzano e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária; (máximo de 1 ponto)
- d)** Sobre a natureza e a extensão do objeto da licitação; (máximo de 1 ponto)
- e)** Do desafio de comunicação expresso no Briefing; (máximo de 2 pontos)
- f)** Das necessidades de comunicação da Câmara Municipal de Suzano para solucionar esse desafio. (máximo de 2 pontos)



5.5. Estratégia de Comunicação Publicitária

- a) A adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza e à qualificação da Câmara Municipal de Suzano e a seu desafio de comunicação; (máximo de 3 pontos)
- b) A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito propostos; (máximo de 3 pontos)
- c) A riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação da Câmara Municipal de Suzano com seus públicos; (máximo de 3 pontos)
- d) A adequação e a exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do desafio de comunicação expresso no Briefing; (máximo de 2 pontos)
- e) A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta; (máximo de 2 pontos)
- f) A capacidade de articular os conhecimentos sobre a Câmara Municipal de Suzano o mercado no qual se insere, seu desafio de comunicação, seus públicos, os objetivos de comunicação previstos no Briefing e a verba disponível. (máximo de 2 pontos)

5.6. Ideia Criativa

- a) Sua adequação ao desafio de comunicação expresso no Briefing; (máximo de 5 pontos)
- b) Sua adequação à estratégia de comunicação publicitária sugerida pela licitante; (máximo de 5 pontos)
- c) Sua adequação ao universo cultural dos segmentos de público-alvo; (máximo de 4 pontos)
- d) A multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta; (máximo de 3 pontos)
- e) A originalidade da combinação dos elementos que a constituem; (máximo de 3 pontos)
- f) Simplicidade da forma sob a qual se apresenta; (máximo de 3 pontos)
- g) Sua pertinência às atividades da Câmara Municipal de Suzano e à sua inserção nos contextos social, político e econômico; (máximo de 3 pontos)
- h) Os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças e/ou material apresentados; (máximo de 3 pontos)
- i) A exequibilidade das peças e/ou do material; (máximo de 3 pontos)
- j) A compatibilidade da linguagem utilizada nas peças e/ou no material aos meios e aos públicos propostos. (máximo de 3 pontos)

5.7. Estratégia de Mídia e Não Mídia

- a) O conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público prioritários; (máximo de 3 pontos)
- b) A capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos; (máximo de 2 pontos)
- c) A consistência do plano simulado de distribuição das peças e/ou do material em relação às duas alíneas anteriores; (máximo de 3 pontos)
- d) A pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos de comunicação próprios da Câmara Municipal de Suzano (máximo de 2 pontos)
- e) A economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças e /ou do material; (máximo de 3 pontos)
- f) A otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa. (máximo de 2 pontos)



5.8. Capacidade de Atendimento

- a) O porte e a tradição dos clientes atuais da licitante e o conceito de seus produtos e serviços no mercado; (máximo de 2 pontos)
- b) A experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias; (máximo de 2 pontos)
- c) A adequação das qualificações e das quantificações desses profissionais à estratégia de comunicação publicitária da Câmara Municipal de Suzano; (máximo de 2 pontos)
- d) A adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que estarão à disposição na execução do Contrato; (máximo de 2 pontos)
- e) A operacionalidade do relacionamento entre a Câmara Municipal de Suzano e a licitante, esquematizado na proposta; (máximo de 1 ponto)
- 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 Suzano, sem ônus adicional, durante a vigência do Contrato. (máximo de 1 ponto)

5.9. Repertório

- a) A ideia criativa e sua pertinência ao problema que a licitante se propôs a resolver; (máximo de 4 pontos)
- b) A qualidade da execução e do acabamento da peça e/ou material; (máximo de 4 pontos)
- c) A clareza da exposição das informações prestadas; (máximo de 2 pontos)

5.10. Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

- a) A evidência de planejamento publicitário; (máximo de 2 pontos)
- b) A consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução; (máximo de 1 ponto)
- c) A relevância dos resultados apresentados; (máximo de 1 ponto)
- d) A concatenação lógica da exposição. (máximo de 1 ponto)

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

5.12. Aos quesitos serão atribuídos, no máximo, os seguintes pontos:

QUESITOS/SUBQUESITOS	PONTOS
Plano de Comunicação Publicitária , sendo:	
Raciocínio Básico	10 pontos
Estratégia de Comunicação Publicitária	15 pontos
Ideia Criativa	35 pontos
Estratégia de Mídia e Não-Mídia	15 pontos
Capacidade de Atendimento	10 pontos
Repertório	10 pontos
Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	05 pontos
Pontuação máxima total	100 pontos



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

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

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

6. VALORAÇÃO DAS PROPOSTAS DE PREÇOS

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

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

6.3. Os quesitos a serem valorados são os integrantes da Proposta de Preços da licitante, cujo modelo constitui o Anexo do Edital, ressalvado que, nos termos do artigo 46, parágrafo 1º da Lei Federal nº 8.666/1993 **não será aceito:**

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

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

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

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

6.4. Se houver divergência entre o preço expresso em algarismos e o expresso por extenso, a Comissão Permanente de Licitação considerará o preço por extenso.

7. DO VALOR, PRAZO, VIGÊNCIA E DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA



Para a prestação dos serviços será contratada 01 (uma) agência, doravante denominada agência licitante ou contratada, cujo crédito orçamentário para a execução dos serviços por 12 (doze) meses é o estimado de R\$ 1.500.000,00 (um milhão e quinhentos mil reais) e correrá por conta de dotação específica.

O prazo de vigência da presente contratação será de 12 (doze) meses, contados da data de assinatura do Contrato, podendo ser prorrogado, a critério da administração, observado o item 1.2.5 deste edital, segundo as disposições do artigo 57 da Lei Federal nº 8.666/1993 e suas alterações.

8. CONDIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO

Poderão participar da licitação agências de propaganda que atendam às condições do Edital e apresentem os documentos nele exigidos.

Não poderão participar, direta ou indiretamente, da licitação:

- a) Consórcios;
- b) Empresas declaradas inidôneas para licitar ou contratar com qualquer órgão ou entidade da Administração Pública Direta ou Indireta Federal, Estadual ou Municipal;
- c) Empresas suspensas temporariamente/impedidas de licitar ou contratar com a Administração Pública Direta e/ou Indireta do Município de Suzano, nos termos do inciso III do artigo 87 da Lei Federal nº 8.666/1993 e nos termos do artigo 7º da Lei Federal nº 10.520/2002;
- d) Empresas com falência decretada;
- e) Empresas que incidam nas vedações estabelecidas pelo artigo 9º da Lei Federal nº 8.666/1993; e
- f) Empresas cujo objeto social não seja pertinente e compatível com o objeto deste Edital.



ANEXO IV

BRIEFING

1. INTRODUÇÃO E JUSTIFICATIVA

A Câmara Municipal de Suzano tem mantido seu compromisso com a mudança e a construção de uma sociedade com mais justiça social e igualdade, baseado no diálogo permanente com a sociedade do Município e no respeito às pessoas.

Entende-se, assim, que o jeito correto de governar também exige uma forma correta de se comunicar com a sociedade, construindo canais de comunicação eficazes para levar a todos os moradores do Município conhecimento sobre os atos administrativos e de gestão da Câmara Municipal de Suzano, mas também ouvir permanentemente os anseios da população.

A sociedade da informação que estamos vivenciando se caracteriza pela necessidade de respostas rápidas e por uma cultura acentuadamente voltada aos relacionamentos internos e externos, com transformações que se localizam principalmente nas formas e no tempo de distribuição de informação, resultado de inovações tecnológicas e da importância ofertada ao desenvolvimento social.

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

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

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, 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: Art. 1º), a Câmara Municipal de Suzano busca a contratação de uma agência de publicidade e propaganda também com o objetivo de instrumentalizar sua própria estrutura de comunicação, seja com o apoio técnico de serviços dos quais não dispõe, seja para promover a efetiva divulgação 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 adotada pelo Órgão nesta área.



Os serviços prestados devem se pautar pelos princípios constitucionais, tendo como principal referência o suporte técnico especializado, o qual deve se desdobrar em tarefas que englobem a publicidade dos atos do Legislativo, bem como a participação da Câmara Municipal de Suzano em eventos institucionais.

Daí, portanto, a necessidade de auxílio de uma empresa que possa prestar suporte a esses setores. Neste sentido, a futura licitante terá em conta, concomitantemente, a ética profissional e os princípios da Administração Pública, comprometendo-se os profissionais a seguirem as determinações desta Edilidade no assessoramento de comunicação social.

Outra referência importante é a publicidade dos atos legislativos de utilidade pública, seja em televisão, rádio, impressos e internet, e demais ações pertinentes à Casa, que 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 a aproximação entre população e Câmara Municipal de Suzano.

Da mesma forma, a futura licitante deverá 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.

O caráter educativo deverá ser sempre um princípio basilar 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.

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

O prazo de vigência da presente contratação será de 12 (doze) meses contados da data de assinatura do Contrato, podendo ser prorrogado, a critério da administração, observando o item 1.2.5 deste edital, segundo as disposições do artigo 57 da Lei Federal nº 8.666/1993 e suas alterações.

2. HISTÓRIA DA CIDADE

Suzano é uma das principais cidades do Alto Tietê. O município está localizado na Região Metropolitana de São Paulo, a 34 quilômetros de distância da capital. A cidade é parte do Alto Tietê e faz limite com a região do ABCD Paulista.

Com 206 quilômetros quadrados de área total, é formada pela sede e pelos distritos de Boa Vista Paulista, na região norte, e Palmeiras de São Paulo, na região sul, sendo que 64% do seu território é constituído por Área



de Proteção de Mananciais (APM). Outros 6% integram a Área de Proteção Ambiental (APA) da várzea do rio Tietê.

De acordo com o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), a população estimada do município é de 303.397 habitantes (2021) e a densidade demográfica é de 1.272,93 habitantes por quilômetro quadrado. O Produto Interno Bruto (PIB) per capita é de R\$ 42.170,50 (2020, 32º do Estado) e o Índice de Desenvolvimento Humano Municipal (IDHM), de 0,765 (2010).

Suzano pode ser facilmente acessada por meio de trens, ônibus e automóveis. Está próxima às principais rodovias do Estado, aeroportos (cerca de 30 minutos do Aeroporto Internacional de Guarulhos) e ao porto de Santos. Possui importantes ligações viárias, como o Trecho Leste do Rodoanel, as rodovias Presidente Dutra, Índio Tibiriçá, Anchieta/Imigrantes e o corredor Ayrton Senna/Carvalho Pinto, fazendo com que seja um ponto logístico para o escoamento da produção das empresas.

Por isso, a cidade tem uma das economias mais fortes da região, tendo atuação principal na área industrial. Entre as empresas de grande porte, nacionais e multinacionais instaladas no município, estão: Suzano, Clariant, Kimberly-Clark, NSK, Mitutoyo, Nadir Figueiredo, Orsa, Nalco do Brasil, Tsuzuki, CBD Mecânica Industrial, Komatsu e Formica.

Para atender à demanda das empresas, escolas técnicas e universidades possibilitam a qualificação da mão de obra. Entre elas, estão unidades do Serviço Nacional da Indústria (Senai), Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae) e escolas profissionalizantes como a Escola Técnica Estadual (Etec).

A instalação dos *campi* universitários do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de São Paulo (IFSP) e do Centro Universitário Piaget, na região do Jardim Monte Cristo, criou um polo educacional no município, em funcionamento há mais de dez anos.

Suzano também é parte do chamado Cinturão Verde da Região Metropolitana de São Paulo e tem uma importante produção agrícola, sobretudo de hortaliças e legumes. O setor de comércio e serviços também tem destaque na região, com vias comerciais movimentadas na região central e nos dois distritos, além de um shopping center (Suzano Shopping) e o recém-criado centro de compras Glicério Boulevard. O município ainda conta com o parque aquático Magic City, que é um dos principais da categoria no país.

Segundo dados compilados do IBGE de 2020, a média salarial dos suzanenses é de 2,6 salários-mínimos. A proporção de pessoas ocupadas em relação à população total é de 25,6%, o que corresponde a 77.049 pessoas. A escolarização da população entre 6 a 14 anos é de 96,7%.

A taxa de mortalidade infantil, também de acordo com o IBGE, é de 10.52 para 1.000 nascidos vivos. Suzano apresenta 89,7% de domicílios com esgotamento sanitário adequado, 75,2% de domicílios urbanos em vias públicas com arborização e 31,1% de domicílios urbanos em vias públicas com urbanização adequada (presença de bueiro, calçada, pavimentação e meio-fio).



De acordo com as projeções da Prefeitura de Suzano, constantes na Lei Orçamentária Anual (LOA), aprovada no fim de 2022, o orçamento estimado para o Executivo em 2023 é de R\$ 1.453.740.124,97. A administração municipal afirma ter atualmente 70 obras em andamento no município, como a construção e reforma de escolas, a Unidade e Pronto Atendimento (UPA) do Jardim Revista, o Hospital Federal e o Terminal Rodoviário de Palmeiras.

Suzano mantém até hoje a influência da cultura japonesa, trazida pelos imigrantes nipônicos que vieram ao Brasil trabalhar nas lavouras no início do século passado. Seus descendentes sempre tiveram grande participação na política e na economia do município. Um dos destaques é o ex-prefeito Pedro Miyahira, que na década de 1970 comandou a cidade e viabilizou a vinda de indústrias.

Suzano abriga, entre outros, o Templo Budista Nambei Daigozan Jomyoji, um dos mais importantes da América, localizado no bairro da Casa Branca e construído na década de 1960. Diversas festas e competições esportivas são organizadas durante o ano pela colônia japonesa de Suzano, sendo a principal delas a Festa da Cerejeira, realizada anualmente em julho – atualmente em sua 36ª edição.

Italianos e libaneses são outras nacionalidades que tiveram destaque na formação do município, assim como povos de origem africana. Fundado recentemente, o Casarão da Memória é o local em que estão sendo concentrados os esforços para resgatar e preservar a história do município. O prédio centenário foi o primeiro casarão construído na região que viria a se tornar centro de Suzano.

Como parte da população residente em Suzano tem origem nordestina, esta é outra vertente que tem se destacado na cultura do município. Há 15 anos, o município realiza a Festa Nordestina, que se tornou um dos grandes eventos dos últimos anos, reunindo comidas típicas e atrações musicais.

3. INFORMAÇÕES DO CLIENTE

Atualmente, a Câmara Municipal de Suzano é composta por 19 vereadores para um mandato de 4 (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 as ações que precisam ganhar visibilidade, pois além das promovidas pelo mandato dos vereadores, a Câmara Municipal de Suzano possui comissões permanentes, que atuam em diversas áreas, além das sessões ordinárias 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 Suzano 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. Por isso, a comunicação é fator fundamental.

O objetivo principal da política de comunicação da Câmara Municipal de Suzano, portanto, é tornar acessível ao cidadão todos os trabalhos desenvolvidos pelo agente público mais próximo do povo, que é o Vereador.

Informações complementares podem ser obtidas pelo nosso site, Facebook e Youtube.

4. 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.

5. OBJETIVO DE COMUNICAÇÃO

Informar à sociedade a relevância e abrangência do papel da Câmara Municipal de Suzano, 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 deles, 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.

6. PROBLEMA A SER RESOLVIDO

Dar maior publicidade à sociedade sobre o papel da Câmara Municipal de Suzano, 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.

7. 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, transparência e participação popular.

8. PÚBLICO-ALVO

População de todos os bairros, classes sociais e idades.

9. EXPECTATIVA DA CAMPANHA

Divulgar para a população o programa de trabalho da Câmara Municipal de Suzano, seus serviços e os benefícios que ela traz para a população, principalmente as ações de utilidade pública.

10. PERÍODO DA CAMPANHA

30(trinta) dias

11. ORÇAMENTO PARA CAMPANHA

Cada interessado deverá desenvolver uma campanha publicitária de acordo com as informações disponíveis neste *briefing*, tendo como referencial uma verba máxima de **R\$ 150.000,00 (cento e cinquenta mil reais)**.

12. MÍDIAS

Mídia impressa, eletrônica e digital.

13. 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; 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, YouTube e Instagram), estratégias de mídia e não mídia.

A campanha deve ter um conceito claro e apresentar uma justificativa que atenda aos objetivos visados. A logomarca da Câmara Municipal de Suzano (brasão) será disponibilizada juntamente com este Edital, no mesmo endereço eletrônico.



ANEXO V
MINUTA DO CONTRATO

TERMO CONTRATUAL FUNDAMENTADO NA
LEI FEDERAL Nº 8.666/1993 EM QUE
FIGURAM, COMO CONTRATANTE, A
CÂMARA MUNICIPAL DE SUZANO, E COMO
CONTRATADA, _____

_____,
PARA A CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE
CONFEÇÃO DE PLACAS DE HOMENAGENS E
MEDALHAS PARA A CÂMARA MUNICIPAL
DE SUZANO, EM RAZÃO DO DESFECHO DA
CONCORRÊNCIA Nº 001/2023, BASEADO NA
LEI FEDERAL Nº 12.232/2010 E SUAS
ALTERAÇÕES.

Figuram no presente termo, como parte:

CONTRATANTE: A CÂMARA MUNICIPAL DE SUZANO, Poder Legislativo Municipal, sediada na Rua dos Três Poderes, nº 65, Jd. Paulista, inscrita no CNPJ sob o nº 51.364.933/0001-07, neste ato representado pelo seu Presidente, o Ver. Joaquim Antonio da Rosa Neto, brasileiro, _____, portador da Cédula de Identidade, RG nº _____, SSP/SP, e inscrito no CPF/MF sob o nº _____, residente e domiciliado na Rua _____, nº _____, Bairro de _____, nesta Comarca;

E, de outro lado, como;

CONTRATADA: _____, inscrita no CNPJ/MF sob nº _____, situada na (Rua/Av./Trav./Pr.) _____, Bairro de _____, Município de _____, Estado de _____, neste ato devidamente representada por seu _____, Sr(a). _____, (nacionalidade), (cargo/profissão), (situação civil), portador da Cédula de Identidade RG nº _____, inscrito(a) no CPF/MF sob nº _____, residente e domiciliado(a) na rua (Rua/Av./Trav./Pr.) _____, Bairro de _____, Município de _____, Estado de _____, tendo em vista o resultado do processo de licitação modalidade **Concorrência**



Pública nº 001/2023, têm entre si justo e contratado a **prestação de serviços de publicidade, divulgação, comunicação e marketing para a Câmara Municipal de Suzano, observando-se o contido no §1º do artigo 37 da Constituição Federal**, a qual se regerá pelas cláusulas e condições seguintes:

CLÁUSULA PRIMEIRA - DA LEGISLAÇÃO E DOS DOCUMENTOS VINCULADOS

1.1. O presente contrato reger-se-á pelas disposições da Lei Federal nº 12.232/2010 e, de forma complementar, das Leis Federais nº 4.680/1965 e 8.666/1993.

1.2. Independentemente de transcrição, fazem parte deste contrato e a ele se integram em todas as cláusulas, termos e condições aqui não expressamente alterados – o Edital da Concorrência nº 001/2023 e seus Anexos, bem como as Propostas Técnica e de Preços apresentadas pela CONTRATADA.

CLÁUSULA SEGUNDA - DO OBJETO

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

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

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

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

- a)** Gerar conhecimento sobre o mercado ou o ambiente de atuação da Câmara Municipal de Suzano, o público-alvo e os veículos de divulgação nos quais serão difundidas as campanhas ou peças;
- b)** Aferir o desenvolvimento estratégico, a criação e a divulgação de mensagens;
- c)** Possibilitar a mensuração dos resultados das campanhas ou peças, vedada a inclusão de matéria estranha ou sem pertinência temática com a ação publicitária.

2.1.2. Os serviços previstos no subitem 2.1.1. não abrangem as atividades de promoção, de patrocínio e de assessoria de comunicação, imprensa e relações públicas e a realização de eventos festivos de qualquer natureza, bem como a publicação legal feita diretamente com a Imprensa Oficial do Estado ou do Município.

2.1.2.1. Não se incluem no conceito de patrocínio mencionado no subitem precedente o patrocínio de mídia, ou seja, de projetos de veiculação em mídia ou em instalações, dispositivos e engenhos que



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

2.2 A CONTRATADA atuará por ordem e conta da CONTRATANTE, em conformidade com o artigo 3º da Lei Federal nº 4.680/1965, na contratação de fornecedores de bens e serviços especializados, para a execução das atividades complementares de que trata o subitem 2.1.1 e de veículos e demais meios de divulgação, para a transmissão de mensagens publicitárias.

2.3. É vedada a subcontratação, cessão ou transferência no todo ou em parte do objeto licitado, sem expressa anuência da Contratante, e a CONTRATADA não poderá subcontratar outra agência de propaganda para a execução de serviços previstos nesta Cláusula.

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

CLÁUSULA TERCEIRA - DA VIGÊNCIA E DA PRORROGAÇÃO

3.1. O presente contrato terá duração de 12 (doze) meses, com início em ___/___/___ e término em ___/___/___, excluído o dia do começo e incluído o do vencimento, conforme preceitua o caput do Art. 132 do Código Civil e Art. 110 da Lei Federal nº 8.666/1993.

3.1.1. A CONTRATANTE poderá optar pela prorrogação desse prazo, observando o item 1.2.5 deste edital, nos termos do inciso II do artigo 57 da Lei Federal nº 8.666/1993.

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

CLÁUSULA QUARTA - DOS RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS

4.1. As despesas a serem realizadas pela CONTRATADA nos primeiros 12 (doze) meses, está estimado em **R\$ 1.500.000,00 (um milhão e quinhentos mil reais)** conforme estabelecido no subitem 2.4 da Cláusula Segunda.

4.2. O crédito orçamentário para a execução dos serviços durante o exercício de 2023, correrá por conta da seguinte dotação orçamentária: **02.17.17.01.031.7040.4053.3.3.90.39 - Outros serviços de terceiros - Pessoa Jurídica - Publicidade Institucional.**

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

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

CLÁUSULA QUINTA - DAS OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA



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

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

5.1.1.1. Realizar, com seus próprios recursos ou, quando necessário, mediante a intermediação na contratação de fornecedores nos termos do Edital, todos os serviços relacionados com o objeto deste contrato, de acordo com as especificações estipuladas pela CONTRATANTE, observada a restrição prevista no subitem 2.1.2 deste contrato.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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



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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

5.1.6.4. As disposições dos subitens 5.1.6 a 5.1.6.3 não se aplicam à compra de mídia.

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

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



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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

- a) TV e Cinema: cópias em arquivos digitais;
- b) Internet: cópias em arquivos digitais;
- c) Rádio: cópias em arquivos digitais; e
- d) Mídia impressas e material publicitário: cópias digitais.



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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

5.1.20. Manter, durante a execução deste contrato, todas as condições de habilitação exigidas na Concorrência que deu origem a este ajuste, incluída a certificação de qualificação técnica de funcionamento de que tratam o artigo 4º e seu parágrafo primeiro da Lei Federal nº 12.232/2010.



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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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



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

CLÁUSULA SEXTA - OBRIGAÇÕES DA CONTRATANTE

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

- a) Cumprir todos os compromissos financeiros assumidos com a CONTRATADA.
- b) Comunicar, por escrito, à CONTRATADA, toda e qualquer orientação acerca dos serviços, excetuados os entendimentos orais, determinados pela urgência, que deverão ser confirmados por escrito no prazo de 24 (vinte e quatro) horas úteis.
- c) Fornecer e colocar à disposição da CONTRATADA todos os elementos e informações que se fizerem necessários à execução dos serviços.
- d) Verificar o cumprimento das cláusulas contratuais relativas aos honorários devidos à contratação de fornecedores de bens e serviços especializados pela CONTRATADA.
- e) Proporcionar condições para a boa execução dos serviços.
- f) Notificar, formal e tempestivamente, a CONTRATADA sobre as irregularidades observadas no cumprimento deste contrato.
- g) Notificar a CONTRATADA, por escrito e com antecedência, sobre multas, penalidades e quaisquer débitos de sua responsabilidade.
- h) Expedir através do Gestor do Contrato, a competente Ordem de Serviço contendo seus requisitos formais, prazo de cumprimento e outras informações eventualmente necessárias dirigida à CONTRATADA.

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

CLÁUSULA SÉTIMA - FISCALIZAÇÃO E ACEITAÇÃO

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

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

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

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



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

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

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

7.6. Independentemente da ausência de comunicação por parte da CONTRATANTE, a contratada deverá corrigir as irregularidades ou falhas existentes.

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

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

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

7.10. Os serviços serão recebidos pelo fiscal do contrato da seguinte forma:

- a)** Provisoriamente, para efeito de testes e verificação da qualidade, quantidade e da conformidade com as especificações solicitadas;
- b)** definitivamente, após realizada a verificação com aceitação da conformidade citada no subitem anterior;
- c)** o prazo para o recebimento definitivo será de 3 (três) dias, contados da data do recebimento provisório;
- d)** caso o serviço não seja compatível com as especificações solicitadas, a CONTRATADA deverá proceder a correção no prazo máximo de 2 (dois) dias a contar da notificação ou, considerando as peculiaridades de cada serviço, cuja execução pode ser variável, em razão da complexidade, o prazo máximo poderá ser definido em acordo entre as partes;
- e)** o período compreendido entre a entrega do objeto e a ciência da notificação para o refazimento do serviço não será contabilizado para efeito de contagem dos prazos para regularização do serviço;
- f)** caso seja constatado que o objeto substituído/regularizado permanece em desacordo com as especificações, a contagem do prazo para realizar nova substituição/regularização não será interrompida;
- g)** o recebimento provisório ou definitivo não exclui a responsabilidade civil e administrativa da CONTRATADA, nem ético profissional pela perfeita execução do contrato;



h) o objeto do contrato poderá ser rejeitado, no todo ou em parte, quando estiver em desacordo com o contrato.

CLÁUSULA OITAVA - REMUNERAÇÃO

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

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

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

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

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

8.1.5. Percentual de honorários% (.....) incidente sobre veiculação intermediada pela CONTRATADA, que não proporcionem à agência o desconto de agência concedido por veículos de divulgação.

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

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

8.2. Os honorários de que tratam os subitens 8.1.2 a 8.1.5 serão calculados sobre o preço efetivamente faturado, a ele não acrescido o valor dos tributos cujo recolhimento seja de competência da CONTRATADA.

8.3. Despesas com deslocamento de profissionais da CONTRATADA, de seus representantes ou de fornecedores por ela contratados, serão de sua exclusiva responsabilidade.

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



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

CLÁUSULA NONA - DESCONTO DE AGÊNCIA

9.1. Além da remuneração prevista na Cláusula Oitava, a CONTRATADA fará jus ao desconto de agência concedido pelos veículos de comunicação, em conformidade com o artigo 11 da Lei Federal nº 4.680/1965.

9.2. O desconto de que trata o subitem precedente é concedido à CONTRATADA pelos veículos de divulgação pela concepção, execução e/ou distribuição de publicidade, por ordem e conta da CONTRATANTE, nos termos do artigo 19 da Lei Federal nº 12.232/2010.

CLÁUSULA DÉCIMA - DIREITOS AUTORAIS

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

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

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

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

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

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

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

10.2.2. Na reutilização de peças por período igual ao inicialmente ajustado, o percentual em relação ao valor original da cessão de uso de obras consagradas incorporadas a essas peças, a ser pago pela CONTRATANTE aos detentores dos direitos patrimoniais de autor e conexos dessas obras, será de no máximo



100% (cem por cento). Para a reutilização por períodos inferiores, o percentual máximo será obtido pela regra de três simples.

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

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

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

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

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

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

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

CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA - LIQUIDAÇÃO E PAGAMENTO DE DESPESAS

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

I - A correspondente nota fiscal, que será emitida sem rasura, em letra bem legível, em nome da CONTRATANTE, da qual constará o número deste contrato e as informações para crédito no Banco agência, conta corrente n.bem como toda a documentação fiscal que demonstrem a regularidade com o município, estado e governo federal que trata o item 11.5.

II - A primeira via do documento fiscal do fornecedor ou do veículo;

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



11.1.1. Os documentos de cobrança e demais informações necessárias à comprovação da execução e entrega dos serviços para a liquidação e pagamento de despesas deverão ser encaminhados pela CONTRATADA à CONTRATANTE.

11.1.2. O gestor/fiscal deste contrato somente atestará a prestação dos serviços e liberará os documentos para pagamento quando cumpridas, pela CONTRATADA, todas as condições pactuadas, facultando-lhe o recebimento provisório do serviço para teste, verificação de qualidade, quantidade e da conformidade com as especificações solicitadas, hipótese na qual o pagamento ficará sustado.

Na eventualidade da necessidade de regularização de irregularidade, fica estipulado o prazo de até 3 dias.

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

I – Serviços executados pela CONTRATADA:

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

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

II – Serviços especializados prestados por fornecedores e veiculação:

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

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

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

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

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

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

11.2.3. Os preços de tabela de cada inserção e os descontos negociados, de que trata o artigo 15 da Lei Federal nº 12.232/2010, será conferido pelo gestor/fiscal do contrato, por ocasião da apresentação do Plano de Mídia pela CONTRATADA à CONTRATANTE.

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



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

I – Exemplar original de revista;

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

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

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

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

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

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

II – Mídia Exterior:

II.1. Mídia Out Off Home: relatório de exibição fornecido pela empresa que veiculou a peça, de que devem constar as fotos, período de veiculação, local e nome da campanha, datado e assinado, acompanhado de declaração de execução, sob as penas do artigo 299 do Código Penal, firmada pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração;

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



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

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

11.4.2. As formas de comprovação de veiculação em mídias não previstas neste contrato serão estabelecidas formalmente pela CONTRATANTE antes da aprovação do respectivo Plano de Mídia.

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

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

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

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

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

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

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

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



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

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

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

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

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

CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA – GARANTIA

12.1. A CONTRATADA prestará garantia, em favor da CONTRATANTE, no valor de R\$ (.....), correspondente a 1% (um por cento) do valor deste contrato, estimado para a execução dos serviços, no prazo máximo de até 15 (quinze) dias, contados a partir da data de assinatura deste contrato.

12.2. Se o valor da garantia vier a ser utilizado, total ou parcialmente, no pagamento de qualquer obrigação vinculada a este ajuste, incluída a indenização a terceiros, a CONTRATADA deverá proceder à respectiva reposição, no prazo máximo de até 15 (quinze) dias, contados da data do recebimento da notificação da CONTRATANTE.

12.3. Se houver acréscimo ao valor deste contrato, a CONTRATADA se obriga a complementação da garantia no prazo máximo de 15 (quinze) dias, contados da data do recebimento da notificação da CONTRATANTE.

12.4. Na hipótese de prorrogação deste contrato, a CONTRATANTE exigirá nova garantia, escolhida pela CONTRATADA entre as modalidades previstas na Lei Federal nº 8.666/1993.

12.4.1. O documento de constituição da nova garantia deverá ser entregue à CONTRATANTE no prazo máximo de 15 (quinze) dias, contados da data de assinatura do respectivo termo aditivo.

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



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

CLÁUSULA DÉCIMA TERCEIRA - SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

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

I - Advertência;

II - Multa de mora e multa por inexecução contratual;

III - Suspensão temporária de participação em licitação e impedimento de contratar com a CONTRATANTE por prazo de até 2 (dois) anos;

IV - Declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com a Administração Pública.

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

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

13.2. Caberá ao Exmo. Sr. Presidente da Câmara Municipal de Suzano aplicar as multas, a advertência, a suspensão temporária de participação em licitação e o impedimento de contratar com a CONTRATANTE e propor a declaração de inidoneidade.

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

I - Descumprimento parcial das obrigações e responsabilidades assumidas contratualmente;

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

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

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

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

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



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

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

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

- a)** recusa injustificada em apresentar a garantia prevista nos subitens 12.1 e 12.4 deste contrato;
- b)** inexecução total deste contrato;
- c)** Pela interrupção da execução deste contrato, sem prévia autorização da CONTRATANTE.

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

I - Por até 2 (dois) anos:

- a)** Não conclusão dos serviços contratados;
- b)** Prestação do serviço em desacordo com as especificações constantes da Ordem de Serviço, depois da solicitação de correção efetuada pela CONTRATANTE;
- c)** Cometimento de quaisquer outras irregularidades que acarretem prejuízo à CONTRATANTE, ensejando a rescisão deste contrato por sua culpa;
- d)** Condenação definitiva por fraude fiscal no recolhimento de quaisquer tributos e contribuições, praticada por meios dolosos;
- e)** Apresentação à CONTRATANTE, de qualquer documento falso ou falsificação, no todo ou em parte, com o objetivo de participar da licitação que deu origem a este contrato, que venha ao conhecimento da CONTRATANTE após a assinatura deste contrato, ou para comprovar, durante sua execução, a manutenção das condições apresentadas na habilitação;
- f)** Demonstração, a qualquer tempo, de não possuir idoneidade para contratar com a CONTRATANTE em virtude de atos ilícitos praticados;
- g)** Ocorrência de ato capitulado como crime pela Lei Federal nº 8.666/1993, praticado durante o procedimento licitatório, que venha ao conhecimento da CONTRATANTE após a assinatura deste contrato;
- h)** Reprodução, divulgação ou utilização, em benefício próprio ou de terceiros, de quaisquer informações de que seus empregados tenham tido conhecimento em razão da execução deste contrato, sem consentimento prévio e expresso da CONTRATANTE.

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

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

- I** - Sofrer condenação definitiva por fraude fiscal no recolhimento de quaisquer tributos, praticada por meios dolosos;
- II** - Demonstrar, a qualquer tempo, não possuir idoneidade para licitar ou contratar com a CONTRATANTE, em virtude de atos ilícitos praticados;
- III** - Reproduzir, divulgar ou utilizar em benefício próprio ou de terceiros, quaisquer informações de que seus empregados tenham tido conhecimento em razão da execução deste contrato, sem consentimento prévio da CONTRATANTE.



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

13.8. Da aplicação das sanções de advertência multa e suspensão do direito de licitar ou contratar com a CONTRATANTE caberá recurso, no prazo de 5 (cinco) dias úteis, contado do primeiro dia útil subsequente ao do recebimento da comunicação.

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

13.10. A aplicação das sanções previstas neste contrato não exclui a possibilidade de aplicação de outras, previstas na Lei Federal nº 8.666/1993, incluída a responsabilização da CONTRATADA por eventuais perdas e danos causados à CONTRATANTE.

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

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

CLÁUSULA DÉCIMA QUARTA - RESCISÃO

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

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

- a)** For atingido por protesto de título, execução fiscal ou outros fatos que comprometam a sua capacidade econômico-financeira;
- b)** For envolvida em escândalo público e notório;
- c)** Quebrar o sigilo profissional.
- d)** Utilizar, em benefício próprio ou de terceiros, informações não divulgadas ao público e às quais tenha acesso por força de suas atribuições contratuais;
- e)** Não prestar garantia suficiente para garantir o cumprimento das obrigações contratuais;
- f)** Motivar a suspensão dos serviços por parte de autoridades competentes, caso em que responderá por eventual aumento de custos daí decorrentes e por perdas e danos que a CONTRATANTE, como consequência, venha a sofrer;



- g) Deixar de comprovar sua regularidade fiscal, inclusive contribuições previdenciárias e depósitos do FGTS, para com seus empregados, na forma definida neste contrato;
- h) Vier a ser declarada inidônea por qualquer órgão da Administração Pública; e
- i) Não comprovar a qualificação técnica de funcionamento prevista no artigo 4º da Lei Federal nº 12.232/2010.

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

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

CLÁUSULA DÉCIMA QUINTA - DA PROTEÇÃO DE DADOS PESSOAIS

15.1. As Partes obrigam-se a observar a privacidade das informações dispostas neste Instrumento, com vistas a Legislação Vigente, comprometendo-se a manter em sigilo e proteger todos os dados pessoais fornecidos em razão da presente avença, exceto nos casos em que seja obrigado por lei a revelar as informações protegidas, em consonância ao disposto na Lei n.º 13.709 de agosto de 2018 – Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD);

15.2. Para fins do Presente Instrumento, aplicam-se as seguintes definições relacionadas à Proteção de Dados Pessoais, todas retiradas da Lei n.º 13.709 de agosto de 2018 – Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais, conforme segue:

- a) Controlador:** pessoa natural ou jurídica de direito público ou privado, a quem competem as decisões referentes ao tratamento de dados pessoais;
- b) Operador:** pessoa natural ou jurídica, de direito público ou privado, que realiza o tratamento de dados pessoais em nome do controlador;
- c) Encarregado:** é pessoa nomeada para atuar como meio de comunicação entre o controlador, os titulares dos dados e a Autoridade Nacional de Proteção de Dados (ANPD);
- d) Titular:** pessoa natural a quem se referem os dados pessoais que são objeto de tratamento;
- e) Tratamento:** Toda operação realizada com dados pessoais, como as que se referem a coleta, produção, recepção, classificação, utilização, acesso, reprodução, transmissão, distribuição, processamento, arquivamento, armazenamento, eliminação, avaliação ou controle da informação, modificação, comunicação, transferência, difusão ou extração;
- f) Dado Pessoal:** informação relacionada a pessoa natural identificada ou identificável;
- g) Banco de Dados:** conjunto estruturado de dados pessoais, estabelecido em um ou em vários locais, em suporte eletrônico ou físico;
- h) Consentimento:** manifestação livre, informada e inequívoca pela qual o titular concorda com o tratamento de seus dados pessoais para uma finalidade determinada;



i) Dado Pessoal Sensível: Dado pessoal sensível é todo dado que diz respeito à origem racial ou étnica, convicção religiosa, opinião política, filiação a sindicato ou a organização de caráter religioso, filosófico ou político, dados referentes à saúde ou à vida sexual, dados genéticos, ou dado biométrico.

15.3. As Partes declaram estar em conformidade com a legislação vigente aplicável ao tratamento de dados pessoais, incluindo, mas não se limitando, à Lei n.º 13.709 de 2018 – Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais, em especial a observância dos princípios e hipóteses para tratamento de dados pessoais, elencados nos artigos 6º, 7º e 11º, ambos da Lei n.º 13.709 de 2018 – Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais;

15.4. A CONTRATADA autoriza, de forma livre, informada e inequívoca, que a CONTRATANTE realize o tratamento dos dados pessoais constantes no presente Instrumento, para fins de execução do presente Contrato, em conformidade com o disposto no Artigo 7º, I e V da Lei n.º 13.709 de 2018 – Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais;

15.5. A CONTRATADA não poderá, em nenhum caso, utilizar os dados pessoais para finalidade distinta ao objeto deste contrato, em especial ao compartilhamento dos dados a terceiros, sob pena de rescisão do contrato, e responsabilização de quaisquer danos causados à CONTRATANTE, titulares dos dados ou terceiros.

15.6. A CONTRATADA não combinará dados pessoais da CONTRATANTE com dados de qualquer outra fonte, empresa, organização ou entidade, a menos que necessário para prestar os serviços objeto do presente contrato e sempre com a anuência prévia da CONTRATANTE.

15.7. A CONTRATADA não copiará ou reproduzirá os dados pessoais da CONTRATANTE, seja eletrônica ou fisicamente, para fins próprios ou para fins de qualquer prestador ou terceiro, bem como não poderá compartilhar com terceiros os dados pessoais obtidos para cumprimento deste contrato.

15.8. A CONTRATADA se compromete a obter a manifestação de consentimento de todos os eventuais titulares de dados que, em virtude da presente contratação, necessitem de tratamento.

15.9. A CONTRATANTE, além de realizar o tratamento de dados pessoais para a finalidade do objeto deste contrato, realizará também o tratamento de dados para atendimento de sua finalidade pública, na persecução do interesse público, com o objetivo de executar as competências legais ou cumprir as atribuições legais do serviço público, nos termos do artigo 23 e seguintes da Lei n.º 13.709 de 2018 – Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais;

15.10. A CONTRATADA deverá eliminar os dados pessoais por ora disponibilizados pela CONTRATANTE, utilizados para execução do presente contrato após verificação de que a finalidade foi alcançada, sendo vedado o seu armazenamento, sem prejuízo às hipóteses de conservação dos dados, elencados no artigo 16º da Lei n.º 13.709 de 2018 – Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais.



15.11. A CONTRATADA deverá comunicar à CONTRATANTE e à Autoridade Nacional de Proteção de Dados (ANPD), no prazo de 24 (vinte quatro) horas, de qualquer Incidente de Segurança que possa acarretar risco ou dano relevante aos titulares de dados abrangidos em razão do presente Instrumento, indicando os dados pessoais afetados, titulares envolvidos, medidas adotadas para mitigar os efeitos de tal incidente e demais determinações constantes no artigo 48 da Lei n.º 13.709 de 2018 – Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais.

15.11.1. Entende-se por Incidente de Segurança todo e qualquer acesso não autorizado aos dados pessoais tratados por força da presente contratação, bem como situações, quer sejam acidentais ou ilícitas, de perda, destruição, vazamento, alteração, repasse ou demais formas que não estejam em conformidade com a Lei n.º 13.709 de 2018 – Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais;

15.12 A CONTRATADA limitará o acesso aos dados pessoais da CONTRATANTE apenas para os empregados ou agentes que necessitem acessá-los para executar suas funções e responsabilidades com relação aos serviços.

15.12.1. Sob nenhuma circunstância alugará, venderá ou divulgará os dados pessoais da CONTRATANTE, exceto se devida e formalmente autorizada, nos termos deste contrato;

15.13. A CONTRATADA concorda em indenizar, e isentar integralmente à CONTRATANTE, seus conselheiros, diretores, funcionários e agentes de todas e quaisquer perdas, danos, taxas e despesas oriundas de quaisquer reivindicações oriundas ou relacionadas, de qualquer modo, à perda, alteração ou uso indevido, por parte da CONTRATADA ou de seus operadores, dos dados pessoais da CONTRATANTE, ou ao acesso, compartilhamento, destruição ou divulgação não autorizados dos dados pessoais da CONTRATANTE.

15.14. Mediante notificação por escrito com antecedência razoável, à CONTRATANTE ou uma terceira pessoa indicada por ela, poderá auditar as instalações, redes, sistemas, procedimentos, tratamento e manutenção dos dados pessoais da CONTRATANTE, e a conformidade com este contrato, por parte da CONTRATADA.

15.14.1. A CONTRATANTE também estará autorizada a exercer tal direito de auditoria sempre que ocorrer um incidente de segurança dos dados.

15.14.2. A CONTRATADA cooperará razoavelmente com tal auditoria, fornecendo conforme aplicável, acesso ao pessoal habilitado, instalações físicas, documentação, infraestrutura e qualquer software de aplicativo que trate informações confidenciais da CONTRATANTE e/ou dados pessoais da CONTRATANTE ou que, de outro modo, tenha acesso às redes e sistemas da CONTRATANTE.

15.14.3. A CONTRATANTE será responsável pelos custos e despesas de tal auditoria (ou pelas taxas e custos de um terceiro que realize a auditoria), a menos que tal auditoria revele violação significativa do contrato, caso no qual a CONTRATADA reembolsará ao CONTRATANTE por tais custos e despesas.

15.14.4. A CONTRATADA analisará e corrigirá prontamente todas as deficiências identificadas em tal auditoria;

15.15. A CONTRATADA notificará a CONTRATANTE se receber uma solicitação ou exigência de um órgão regulatório ou governamental com autoridade sobre a CONTRATADA ou a CONTRATANTE com relação ao



tratamento de dados pessoais da CONTRATANTE pela CONTRATADA, e cooperar integralmente com a CONTRATANTE com relação a tal investigação ou auditoria.

15.16. A CONTRATADA notificará a CONTRATANTE, no prazo de 24 (vinte e quatro) horas, se receber solicitação de um titular dos dados da CONTRATANTE.

15.16.1. A CONTRATADA deverá encaminhar a solicitação à CONTRATANTE e prestar toda cooperação razoável necessária para atender à solicitação do titular dos dados da CONTRATANTE em conformidade com as leis aplicáveis.

CLÁUSULA DÉCIMA SEXTA - DOS DIREITOS DOS TITULARES DOS DADOS PESSOAIS

16.1. O TITULAR dos Dados Pessoais tratados em virtude da presente contratação poderá, mediante requisição por escrito, preenchimento de formulário constante no sítio eletrônico do CONTROLADOR ou envio de e-mail, solicitar, a qualquer momento:

- a) confirmação da existência de tratamento de seus dados pessoais;
- b) acesso aos seus dados pessoais;
- c) correção de dados incompletos, inexatos ou desatualizados;
- d) anonimização, bloqueio ou eliminação de dados desnecessários, excessivos ou tratados em desconformidade com a LGPD;
- e) portabilidade dos dados a outro fornecedor de serviço ou produto, observados os segredos comercial e industrial;
- f) eliminação dos dados pessoais tratados com o consentimento do titular, excetos nos casos previstos no artigo 16º da LGPD;
- g) A informação sobre o compartilhamento de dados com entes públicos e privados, quando existir;
- h) informação sobre a possibilidade de não fornecer consentimento e sobre as consequências da negativa;
- i) revogação do consentimento;
- j) peticionar em relação aos seus dados contra o controlador perante a autoridade nacional;
- k) Opor-se ao tratamento realizado com fundamento em uma das hipóteses de dispensa de consentimento.

16.2. O TITULAR poderá revogar o seu consentimento a qualquer momento, bem como solicitar a eliminação dos dados pessoais a que se refere a cláusula anterior, desde que tais solicitações não se enquadrem nas hipóteses de tratamento e conservação de dados pessoais, indicadas nos artigos 7º, 11º e 16º, todos da Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais, circunstâncias onde o CONTROLADOR obriga-se a manter os dados pessoais em seus arquivos físicos ou bancos;

16.3. O CONTROLADOR se resguarda no direito de impossibilidade de adoção da providência solicitada pelo TITULAR, nos casos dispostos nos artigos 16 e 18 VI, § 4, todos da Lei Geral de Proteção de Dados, desde que apresente justificativa da negativa no prazo legal;

16.4. O requerimento previsto no item 13.1 deve ser direcionada ao Encarregado pelo Tratamento de Dados Pessoais da CONTRATANTE, por meio do e-mail: protecaodedados@camarasuzano.sp.gov.br.



CLÁUSULA DÉCIMA SÉTIMA - DO REGISTRO DE OPERAÇÕES DE TRATAMENTO DE DADOS PESSOAIS E RELATÓRIO DE IMPACTO

17.1 As partes obrigam-se a manter o registro das operações de tratamento de dados pessoais que realizarem, especialmente quando baseado no legítimo interesse, em consonância ao disposto no art. 37 da Lei 13.709/2018, bem como a elaborarem relatório de impacto à proteção de dados pessoais nos casos previstos na mesma legislação.

CLÁUSULA DÉCIMA OITAVA - DAS COMUNICAÇÕES

18.1. Todas as comunicações, relativas ao presente contrato, serão consideradas como regularmente efetuadas se entregues ou enviadas por carta protocolada ou por telegrama no endereço da **CONTRATANTE**, bem como por e-mail com comprovante de leitura.

18.2. Quaisquer informações referentes ao tratamento de dados pessoais, que sejam de interesse da **CONTRATANTE**, deverá ser direcionada ao Encarregado pelo Tratamento de Dados Pessoais da **CONTRATANTE**, por meio do e-mail: protecaodedados@camarasuzano.sp.gov.br.

18.3. Caso seja de interesse da **CONTRATADA**, deverá ser direcionada ao Encarregado pelo Tratamento de Dados Pessoais da **CONTRATADA**, qual seja: _____. (A **CONTRATADA** deve indicar uma pessoa responsável para eventuais comunicações).

CLÁUSULA DÉCIMA NONA - DISPOSIÇÕES GERAIS

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

19.2. A **CONTRATANTE** providenciará a publicação do extrato deste contrato e de seus eventuais termos aditivos no Diário Oficial do Legislativo, às suas expensas, na forma prevista na Lei de Licitações.

19.3. Constituem direitos e prerrogativas da **CONTRATANTE**, além dos previstos em outras leis, os constantes da Lei Federal nº 8.666/1993, que a **CONTRATADA** aceita e a eles se submete.

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

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

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



CLÁUSULA VIGÉSIMA - FORO

20.1. Fica eleito, por convenção entre as partes, o Foro da Comarca de Suzano para dirimir todas e quaisquer questões oriundas deste Contrato, com renúncia a qualquer outro foro por mais especial que seja.

20.2. E, assim, por estarem justas e acertadas, firmam as partes o presente instrumento contratual em 4 (quatro) vias de igual teor e forma, para um só efeito, juntamente com 2 (duas) testemunhas que também o subscrevem.

Suzano, ____ de _____ de ____.

CÂMARA MUNICIPAL DE SUZANO
Ver. JOAQUIM ANTONIO DA ROSA NETO
Presidente

(CONTRATADA)
Representante Legal
Administradora

Testemunhas:

- 1).....
- 2).....



TERMO DE CIÊNCIA E DE NOTIFICAÇÃO

CONTRATANTE: CÂMARA MUNICIPAL DE SUZANO

CONTRATADA: _____

CNPJ DA CONTRATADA: _____ CONTRATO N°: ____/____

VIGÊNCIA: de ____/____/____ a ____/____/____.

OBJETO: _____

VALOR ESTIMADO GLOBAL: R\$ _____ (_____).

Pelo presente **TERMO**, nós, abaixo identificados:

1. Estamos **CIENTES** de que:

- a) O ajuste acima referido estará sujeito a análise e julgamento pelo Tribunal de Contas do Estado de S. 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, conforme dados abaixo indicados, em consonância com o estabelecido na Res. 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 D.O.E., Caderno do Poder Legislativo, parte do TCESP, em conformidade com o art. 90 da Lei Complementar nº 709, de 14/01/93, iniciando-se, a partir de então, a contagem dos prazos processuais, conforme regras do CPC.
- d) Qualquer alteração de endereço - residencial ou eletrônico - ou telefones de contato deverá ser comunicada pelo interessado, peticionando no processo.

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.

Suzano, ____ de _____ de _____.

RESPONSÁVEIS QUE ASSINARAM O CONTRATO/AJUSTE:



Pela **ADMINISTRAÇÃO / AUTORIDADE RESPONSÁVEL PELO ÓRGÃO:**

Nome:	
Cargo/Função:	
CPF.:	RG.:
Data de Nascimento:	Naturalidade:
Endereço Residencial:	
Email institucional:	Email pessoal:
Fone(s):	

Assinatura: _____

Pela **CONTRATADA:**

Nome:	
Cargo/Função:	
CPF.:	RG.:
Data de Nascimento:	Naturalidade:
Endereço Residencial:	
Email institucional:	Email pessoal:
Fone(s):	

Assinatura: _____

GESTOR DO CONTRATO/AJUSTE:

Nome:	
Cargo/Função:	
CPF.:	RG.:
Data de Nascimento:	Naturalidade:
End. Residencial:	
Email institucional:	Email pessoal:
Fone(s):	

Assinatura: _____



RESPONSÁVEL PELO ATENDIMENTO A REQUISIÇÕES PELO TCESP:

Nome:	
Cargo/Função:	
Endereço:	
Email institucional:	Email pessoal:
Fone(s):	

Assinatura: _____