

**CONCORRÊNCIA PRESENCIAL N.º 1/2025**  
**PROCESSO ADMINISTRATIVO N.º 2219/2025**

**SUMÁRIO**

<b>EDITAL.....</b>	<b>4</b>
1. DO OBJETO .....	5
2. DAS CONDIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO .....	7
3. DO ACESSO A INFORMAÇÕES E IMPUGNAÇÃO DO EDITAL.....	9
4. DA CONSTITUIÇÃO DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA.....	11
5. DA ABERTURA DA LICITAÇÃO .....	11
6. DO CONTEÚDO DOS ENVELOPES .....	16
7. DA ABERTURA DOS ENVELOPES .....	32
8. DO JULGAMENTO DAS PROPOSTAS.....	38
9. DA HABILITAÇÃO .....	49
10. DA ADJUDICAÇÃO, DA HOMOLOGAÇÃO, E CONTRATO .....	51
11. DA FISCALIZAÇÃO.....	52
12. DO RECEBIMENTO DO OBJETO DO CONTRATO .....	52
13. DAS CONDIÇÕES DE PAGAMENTO .....	54
14. DAS PENALIDADES .....	55
15. DOS RECURSOS .....	57
16. DAS DISPOSIÇÕES GERAIS.....	58
17. DAS PARTES DO EDITAL .....	61
<b>ANEXO I – DECLARAÇÕES .....</b>	<b>62</b>
1. ANEXO I.A - DECLARAÇÃO DE ISENÇÃO OU NÃO INCIDÊNCIA DE TRIBUTOS ESTADUAIS 62	
2. ANEXO I.B - DECLARAÇÃO DE ISENÇÃO OU NÃO INCIDÊNCIA DE TRIBUTOS MUNICIPAIS 63	
3. ANEXO I.C - DECLARAÇÃO UNIFICADA PARA HABILITAÇÃO .....	64
4. ANEXO I.D - DECLARAÇÃO DE INTEGRIDADE DA PROPOSTA.....	66
<b>ANEXO II - MODELO DE PROPOSTA DE PREÇOS.....</b>	<b>68</b>
<b>ANEXO III - TERMO DE REFERÊNCIA.....</b>	<b>71</b>
1. DO OBJETO (Art. 6º, Inc XXIII, “a” da Lei 14.133/21) .....	71
2. DA JUSTIFICATIVA (Art. 6º, inciso XXIII, “b” da Lei 14.133/21).....	73
3. DA DESCRIÇÃO DA SOLUÇÃO COMO UM TODO (Art. 6º, inc. XXIII, “c” da Lei 14.133/21) 76	

4.	DOS REQUISITOS DA CONTRATAÇÃO (art. 6º, inc. XXIII, “d” da lei n.º14.133/21).....	80
5.	DAS OBRIGAÇÕES DA CONTRATANTE E DA CONTRATADA (art. 6º, inciso XXIII, “e” da Lei 14.133/21).....	88
6.	DA EXECUÇÃO DO OBJETO DO CONTRATO (Art. 6, inc. XXIII, “e” da Lei 14.133/21) .....	93
7.	DA GESTÃO DE CONTRATO (art. 6º, inciso XXIII, “f” da lei 14.133/21).....	95
8.	DA MEDIÇÃO E PAGAMENTO (art. 6, inc. XXIII, “g” da Lei 14.133/21).....	99
9.	DA FORMA E CRITÉRIO DE SELEÇÃO DO FORNECEDOR (art. 6., inc. XXIII “h” da Lei 14.133/21, c.c. art. 14 e seu parágrafo 1º. da Lei 12.232/2010).....	101
10.	DA APRESENTAÇÃO E ELABORAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA .....	105
11.	DO JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS.....	117
12.	DA VALORAÇÃO DAS PROPOSTAS DE PREÇOS .....	121
13.	DO VALOR, PRAZO, VIGÊNCIA E DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA .....	123
14.	DAS CONDIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO .....	127
15.	DAS DISPOSIÇÕES GERAIS.....	128
<b>ANEXO IV - BRIEFING TÉCNICO .....</b>		<b>130</b>
1.	DA INTRODUÇÃO .....	130
2.	DO PROBLEMA DE COMUNICAÇÃO .....	130
3.	DO OBJETIVO DO BRIEFING.....	131
4.	DO CONTEXTO GERAL .....	131
5.	DOS OBJETIVOS DA CAMPANHA .....	131
6.	DAS DIRETRIZES DA CAMPANHA .....	131
7.	DO PÚBLICO-ALVO.....	132
8.	DOS DADOS LEGISLATIVOS A SEREM COMUNICADOS .....	132
9.	DA ESTRATÉGIA DE MÍDIA .....	136
10.	DO PERÍODO DE VEICULAÇÃO E VERBA.....	136
11.	DOS CANAIS DE COMUNICAÇÃO UTILIZADOS PELA CÂMARA MUNICIPAL.....	136
12.	DOS ELEMENTOS E INFORMAÇÕES OBRIGATÓRIAS .....	136
<b>ANEXO V - MINUTA DE CONTRATO .....</b>		<b>138</b>
1.	CLÁUSULA PRIMEIRA – DA LEGISLAÇÃO E DOS DOCUMENTOS VINCULADOS.....	138
2.	CLÁUSULA SEGUNDA – DO OBJETO .....	139
3.	CLÁUSULA TERCEIRA – DA VIGÊNCIA E DA PRORROGAÇÃO .....	140
4.	CLÁUSULA QUARTA – DOS RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS .....	141
5.	CLÁUSULA QUINTA – DAS OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA .....	141
6.	CLÁUSULA SEXTA – DAS OBRIGAÇÕES DA CONTRATANTE .....	150
7.	CLÁUSULA SÉTIMA – DA FISCALIZAÇÃO E ACEITAÇÃO .....	151

8.	CLÁUSULA OITAVA – DA REMUNERAÇÃO.....	152
9.	CLÁUSULA NONA – DO DESCONTO DE AGÊNCIA E REMUNERAÇÃO DE MÍDIA.....	154
10.	CLÁUSULA DÉCIMA – DOS DIREITOS AUTORAIS .....	154
11.	CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA – DA LIQUIDAÇÃO, DO ÍNDICE DE REAJUSTE E DO PAGAMENTO DE DESPESAS .....	157
12.	CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA – DA GARANTIA.....	163
13.	CLÁUSULA DÉCIMA TERCEIRA – DAS SANÇÕES ADMINISTRATIVAS.....	164
14.	CLÁUSULA DÉCIMA QUARTA – DA RESCISÃO .....	168
15.	CLÁUSULA DÉCIMA QUINTA – DAS DISPOSIÇÕES GERAIS .....	169
16.	CLÁUSULA DÉCIMA SEXTA – DO FORO.....	169

**CONCORRÊNCIA PRESENCIAL N.º 1/2025**  
**PROCESSO ADMINISTRATIVO N.º 2219/2025**  
**EDITAL**

**CONTRATANTE: CÂMARA MUNICIPAL DE CAJAMAR**

**PROCESSO ADMINISTRATIVO N.º 2219/2025**

**OBJETO: PRESTAÇÃO DE SERVIÇO DE PUBLICIDADE PARA REALIZAÇÃO DE ATIVIDADES INTEGRADAS QUE POSSIBILITE O ESTUDO, O PLANEJAMENTO, A CONCEITUAÇÃO, A CONCEPÇÃO, A CRIAÇÃO, A EXECUÇÃO INTERNA, A INTERMEDIÇÃO E A SUPERVISÃO DA EXECUÇÃO EXTERNA E NA DISTRIBUIÇÃO DE PUBLICIDADE AOS VEÍCULOS E DEMAIS MEIOS DE DIVULGAÇÃO.**

**CRITÉRIO DE JULGAMENTO: TÉCNICA E PREÇO**

**FUNDAMENTO LEGAL: LEI FEDERAL N.º 12.232/2010, COM APLICAÇÃO SUBSIDIÁRIA DA LEI N.º 14.133/2021 E SUAS ALTERAÇÕES, COMBINADO COM A LEI COMPLEMENTAR N.º 123/06, ALTERADA PELA LEI COMPLEMENTAR N.º 147/2014 E LEI N.º 4.680/65 E DECRETO FEDERAL N.º 57.690/66**

**DATA E HORÁRIO DA PRIMEIRA SESSÃO: 10/02/2026, ÀS 9h00**

A Primeira Sessão pública desta Concorrência Presencial será realizada, no dia **10 de fevereiro de 2026, às 9h00**, no edifício-sede da CÂMARA MUNICIPAL DE CAJAMAR, sito à Av. Professor Walter Ribas de Andrade, 555, Centro, Cajamar - SP, CEP 07752-000.

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

---

A **CÂMARA MUNICIPAL DE CAJAMAR**, identificada igualmente neste documento pela sigla **CMDC**, torna público a quem possa interessar que se acha aberta a **CONCORRÊNCIA PRESENCIAL**, do tipo **TÉCNICA E PREÇO** conforme objeto do certame, adiante discriminado, ficando o Edital e seus anexos a disposição dos interessados, para obter o texto integral do Edital, onde os licitantes deverão entregar os Envelopes, na data do certame, contendo os documentos e propostas.

A presente licitação reger-se-á pelas normas estabelecidas na Lei Federal n.º 12.232 de 29 de abril de 2010, e com aplicação subsidiária pelas Leis n.º 14.133/21 e alterações posteriores e 4.680/65 em conformidade com a disposições deste Edital e seus Anexos.

Adota-se a forma presencial para esta licitação, cujas sessões públicas serão registradas em ata e gravadas em áudio e vídeo e a gravação será juntada aos autos do processo licitatório depois de seu encerramento, na forma do disposto no artigo 17, parágrafos 2.º e 5.º da Lei 14.133/21. A opção pela realização de forma presencial deste certame decorre e leva em consideração as especificidades da forma de apresentação das propostas técnicas, em que uma via do Plano de Comunicação será apresentada de forma apócrifa para ser avaliada e julgada por Subcomissão Técnica especialmente composta, pelo que ainda não haverá garantias técnicas para que a via não identificada do Plano de Comunicação - caso fosse utilizada a forma eletrônica de apresentação das propostas - não seja identificada antecipadamente, podendo invalidar o próprio certame.

## **1. DO OBJETO**

**1.1.** A presente licitação tem por objeto a **PRESTAÇÃO DE SERVIÇO DE PUBLICIDADE PARA REALIZAÇÃO DE ATIVIDADES INTEGRADAS QUE POSSIBILITEM O ESTUDO, O**

**PLANEJAMENTO, A CONCEITUAÇÃO, A CONCEPÇÃO, A CRIAÇÃO, A EXECUÇÃO INTERNA, A INTERMEDIÇÃO E A SUPERVISÃO DA EXECUÇÃO EXTERNA E A DISTRIBUIÇÃO DE PUBLICIDADE AOS VEÍCULOS E DEMAIS MEIOS DE DIVULGAÇÃO.**

**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.

**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 CMDC.

**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.

**IV** - à elaboração de logotipos e de outros elementos de comunicação visual.

**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.

**1.2.2.1.** Não se inclui 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.** A dotação orçamentária para a execução do contrato a partir do exercício financeiro de 2026 correrá sob o código **01.01.01-01.031.0001.2102-3.3.90.39** (outros serviços de terceiros / pessoa jurídica), conforme consta na Lei n.º 2193/2025 de 13 de novembro de 2025 (Lei Orçamentária Anual - LOA - 2026).

**1.2.4.** Valor estimado da contratação: **R\$ 1.400.000,00 (um milhão e quatrocentos mil reais)**

**1.2.4.1.** A Câmara Municipal de Cajamar 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 a critério da Administração nos termos do artigo 107 da Lei Federal 14.133/2021, desde que seja atestada que as condições e os preços permanecem vantajosos para a Administração Pública, permitida a negociação com o contratado ou a extinção contratual sem ônus para qualquer das partes.

**1.2.5.1. REAJUSTAMENTO DE PREÇOS:** Os preços poderão ser reajustados pelo IGP – DI, da Fundação Getúlio Vargas, desde que transcorridos 12 (doze) meses, contados da data do orçamento estimado, na forma disposta no artigo 25, parágrafo 7º. da Lei 14.133/21.

## **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 n.º 4.680/65 e obtido o **certificado de qualificação técnica de funcionamento**, nos termos do artigo

4º da Lei n.º 12.232/10, doravante designadas CONCORRENTES, que atenderem a todas as exigências deste Edital e de seus Anexos, **sendo vedada a participação de:**

- a) consórcios de empresas, qualquer que seja sua forma de constituição, por não ser necessária a coparticipação de duas ou mais agências em consórcio. A criação e produção publicitária é realizada pela equipe técnica da agência de publicidade, que atua de forma concatenada, desde a concepção da peça/campanha publicitária, mediante o desenvolvimento de planejamento prévio, de pesquisas quanto ao público-alvo, o mercado e os meios de comunicação, não sendo aconselhável que tais serviços sejam desenvolvidos por equipes diferentes das agências em consórcio. Torna-se não só desnecessária, como inconveniente a prestação de tais serviços através de consórcio de agências.
- 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 impedidas de licitar ou contratar com a Administração Pública Direta e/ou Indireta na forma do disposto no parágrafo 4º do art. 156 da Lei 14.133/21;
- d) empresas com falência decretada;
- e) empresas das quais participe, seja a que título for, servidor público da Câmara Municipal de Cajamar;
- f) empresas cujo objeto social não seja pertinente e compatível com o objeto deste Edital.
- g) pessoas jurídicas constituídas sob a forma de cooperativa, conforme justificativa constante da fase preparatória do processo.

**2.2.** No caso de participação de Microempresas (ME) ou Empresas de Pequeno Porte (EPP), com fundamento nos art. 42 a 49 da Lei Complementar 123/2006, as licitantes deverão comprovar, quando da apresentação dos documentos de habilitação, sua condição como tal.



**2.3.** As disposições a que se refere este item, nos termos do artigo 4º da Lei 14.133/2021, não são aplicadas:

a) no caso de licitação para contratação dos serviços publicitários, cujo valor estimado a título de remuneração da licitante for superior à receita bruta máxima admitida para fins de enquadramento como empresa de pequeno porte;

b) A obtenção de benefícios a que se refere o caput do artigo 4º da Lei 14.133/21 fica limitada às microempresas e às empresas de pequeno porte que, no ano calendário da realização da licitação, ainda não tenham celebrado contratos com a Administração Pública cujos valores somados extrapolem a receita máxima admitida para fins de enquadramento como empresa de pequeno porte;

c) deverá a licitante apresentar, quando da fase de habilitação, declaração de observância desse limite referido na alínea “b” deste item 2.3.

### **3. DO ACESSO A INFORMAÇÕES E IMPUGNAÇÃO DO EDITAL**

**3.1.** O Caderno de Licitação, composto de Edital e Anexos, poderá ser consultado no site da Câmara Municipal de Cajamar em <https://www.cmdc.sp.gov.br/licitacoes/> e no Portal Nacional de Contratações Públicas – PNCP em <https://www.gov.br/pncp/pt-br>.

#### **3.2. Da impugnação ao edital e do pedido de esclarecimento**

**3.2.1.** Qualquer pessoa, física ou jurídica, é parte legítima para impugnar os termos deste Edital ou para solicitar esclarecimentos sobre seus termos, por irregularidade na aplicação da legislação que o fundamentou. O pedido deverá ser protocolado exclusivamente por meio eletrônico (e-mail) até 3 (três) dias úteis antes da data prevista para a abertura do certame, em estrita observância ao Art. 164 da Lei Federal n.º 14.133/2021.

**3.2.1.1.** O interessado que não protocolar o pedido de impugnação ou esclarecimento dentro do prazo e das formalidades estabelecidas neste Edital decairá do direito de fazê-lo perante a Câmara Municipal de Cajamar.

#### **3.2.2. Do Protocolo Exclusivo por E-mail**

**3.2.2.1.** Os pedidos de impugnação e esclarecimento deverão ser formalizados por escrito, dirigidos ao Presidente da Comissão de Contratação da Câmara Municipal de Cajamar e encaminhados exclusivamente para o e-mail [licitacoes3@camaracajamar.sp.gov.br](mailto:licitacoes3@camaracajamar.sp.gov.br).

**3.2.2.2.** Para que o pedido seja considerado protocolado e conhecido, é indispensável que o envio por e-mail observe os seguintes requisitos:

- a) O campo "Assunto" do e-mail deverá indicar claramente o objeto da licitação e a natureza do pedido.
- b) O conteúdo do pedido, detalhado e fundamentado, deverá estar em arquivo anexo (em formato PDF e devidamente identificado).
- c) O pedido deverá conter a identificação completa do impugnante/solicitante, sendo mandatório que as cópias da documentação de identificação sejam digitalizadas e anexadas ao e-mail, conforme os seguintes modelos:

\* **Para Pessoa Física:** nome completo; número do Documento de Identidade (RG ou equivalente) e cópia simples digitalizada do documento; número do Cadastro de Pessoas Físicas (CPF) e cópia simples digitalizada do documento; endereço completo (com CEP); telefone para contato; endereço eletrônico (e-mail).

**Para Pessoa Jurídica:** razão social; número do Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica (CNPJ) e cópia simples digitalizada do documento; nome completo do representante legal; número do Documento de Identidade (RG ou equivalente) do representante legal e cópia simples digitalizada do documento; número do Cadastro de Pessoas Físicas (CPF) do representante legal e cópia simples digitalizada do documento; cópia simples digitalizada do documento que comprove a condição de representante legal (ex.: contrato social, estatuto ou procuração); endereço completo da sede (com CEP); telefone para contato; endereço eletrônico (e-mail).

**3.2.2.3.** Não serão conhecidas as impugnações ou pedidos de esclarecimento que não atendam integralmente aos requisitos de forma, conteúdo, identificação e documentação estabelecidos neste item, configurando ausência de protocolo válido.

**3.2.3.** A resposta às impugnações e aos pedidos de esclarecimento será divulgada no sítio eletrônico oficial da Câmara Municipal de Cajamar em <https://www.cmdc.sp.gov.br/licitacoes/>, no prazo de até 3 (três) dias úteis, limitado ao último dia útil anterior à data da abertura do certame, conforme Parágrafo único do Art. 164 da Lei Federal n.º 14.133/2021.

**3.2.4.** Os pedidos de impugnação e esclarecimento, via de regra, não suspendem os prazos previstos neste Edital e no certame licitatório.

**3.2.4.1.** A concessão de efeito suspensivo a um pedido de impugnação é medida de caráter excepcional, a ser motivada pela Comissão de Contratação ou autoridade superior competente, e deverá ser registrada nos autos do processo de licitação.

**3.2.5.** Se a impugnação for acolhida e as modificações nos termos do Edital forem de natureza a comprometer a formulação das propostas ou a isonomia entre os licitantes, uma nova data para a realização do certame será definida e publicada, observando-se os prazos mínimos legais para apresentação de propostas, conforme Art. 55, § 1º, da Lei Federal n.º 14.133/2021.

#### **4. DA CONSTITUIÇÃO DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA**

**4.1.** A Concorrência será processada e julgada por Comissão de Contratação, na forma da Lei n.º 12.232/10, instituída sob a égide da Lei n.º 14.133/2021, Ato da Presidência n.º 13/2025 e Portaria n.º 99/2025, com exceção da análise e julgamento das Propostas Técnicas.

**4.2.** As Propostas Técnicas serão analisadas e julgadas por Subcomissão Técnica, composta por 3 (três) membros formados em comunicação, publicidade ou marketing ou que atuem em uma dessas áreas nos termos do art. 10 da Lei 12.232/10, conforme termos do ANEXO VI deste edital.

**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, se solicitada pela Comissão de Contratação.

#### **5. DA ABERTURA DA LICITAÇÃO**

## 5.1. Início da Sessão Pública e Prazo para Apresentação das Propostas

5.1.1. O dia e o horário da Primeira Sessão para recebimento das propostas, indicados no preâmbulo deste Edital, serão estabelecidos observando-se o prazo mínimo de 35 (trinta e cinco) dias úteis, contados da data de divulgação oficial do Edital conforme exigência do Art. 55, inciso IV, da Lei Federal n.º 14.133/2021, em função da modalidade de concorrência com critério de julgamento Técnica e Preço adotado.

5.1.2. A sessão pública de processamento da licitação, no dia, horário e local assim definidos, será conduzida pela Comissão de Contratação e realizada em conformidade com a legislação pertinente. Os licitantes deverão entregar, primeiramente, os 4 (quatro) Envelopes conforme detalhado nos itens subsequentes.

5.1.3. A Comissão de Contratação será auxiliada, na fase externa, por Equipe de Apoio, nos termos da Resolução CMDC n.º 256/2025, observado o princípio da segregação de funções.

## 5.2. Quanto aos representantes:

**a)** Tratando-se de **Representante Legal** (sócio, proprietário, dirigente ou assemblado), instrumento constitutivo da empresa consolidado, em sua versão mais recente, comprovada por ficha cadastral ou documento semelhante emitido há 60 (sessenta) dias, 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 ou instrumento particular assinado pelo representante legal, 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. No caso de instrumento particular, o procurador deverá apresentar instrumento constitutivo da empresa na forma da alínea “a”.

**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 admitida apenas 1 (um) representante para cada licitante, sendo que cada um deles poderá representar apenas uma empresa/licitante.

**5.2.4.** Caso a licitante não se faça representar na sessão de entrega dos invólucros, deverá encaminhar as Propostas Técnica e de Preços por meio de portador, o qual terá registrada a sua identificação pessoal. Nesse caso, o portador deverá efetuar a entrega dos invólucros diretamente à Comissão de Contratação, na data, hora e local indicados no preâmbulo deste Edital, bem como, os documentos referentes à Habilitação quando da convocação específica para sua apresentação.

**5.2.5.** As sessões da Concorrência são públicas e abertas a quaisquer interessados para acompanhamento, cuja participação se limitará à observação, vedada qualquer intervenção ou manifestação no processo licitatório que possa perturbar a ordem dos trabalhos, influenciar indevidamente o andamento do processo licitatório ou comprometer a segurança, isonomia e integridade do certame.

**5.2.5.1.** A Comissão de Contratação, zelando pela regularidade e continuidade dos trabalhos, poderá, a qualquer tempo, advertir verbalmente, determinar a retirada do recinto ou, em casos de reincidência ou conduta grave que comprometa a ordem ou a lisura do processo, interromper ou suspender a sessão. Qualquer incidente será registrado em ata, sem prejuízo de outras sanções cabíveis.

**5.3. Recebimento dos Envelopes:** Proceder-se-á o recebimento dos Envelopes **1, 2, 3 e 4** contendo os documentos da Proposta Técnica e Proposta de Preços, 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 invólucro **padronizado** fornecido, **obrigatoriamente**, pela CMDC;

**b1)** O invólucro padronizado deverá ser retirado pela interessada na Divisão de Compras e Licitações no edifício-sede da Câmara Municipal de Cajamar, sito à Av. Professor Walter Ribas de Andrade, 555, Centro, Cajamar - SP, CEP 07752-000, em dias úteis, de segunda a sexta-feira, das 8h30 às 16h30.

**b2)** O invólucro padronizado só será entregue à agência que o solicite formalmente através de pedido encaminhado à Divisão de Compras e Licitações pelo e-mail [licitacoes3@camaracajamar.sp.gov.br](mailto:licitacoes3@camaracajamar.sp.gov.br) ou pessoalmente no momento da retirada.

**c)** O Envelope 1 deverá ser entregue pela proponente somente com o fechamento próprio do invólucro, sem qualquer outra forma de lacre, sem assinatura ou rubrica e sem qualquer identificação que não seja a disposta neste Edital.

**d) Não poderá:**

**d1)** ter nenhuma identificação;

**d2)** apresentar marca, sinal, etiqueta ou outro elemento que possibilite a identificação da licitante;

**d3)** estar danificado ou deformado pelas 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 Envelope deverá ser opaco, 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;

d) Deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

<p style="text-align: center;"><b>ENVELOPE 2</b></p> <p style="text-align: center;"><b>CONCORRÊNCIA N.º 1/2025</b></p> <p style="text-align: center;"><b>PROCESSO ADMINISTRATIVO N.º 2219/2025</b></p> <p style="text-align: center;"><b>PROPOSTA TÉCNICA: PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA - VIA IDENTIFICADA</b></p> <p style="text-align: center;"><b>NOME EMPRESARIAL E CNPJ DA LICITANTE</b></p>
--

### III – ENVELOPE 3

a) Deverão estar acondicionados a **Capacidade de Atendimento, o Repertório e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação;**

b) O Envelope deverá ser opaco, 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;

d) Deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

<p style="text-align: center;"><b>ENVELOPE 3</b></p> <p style="text-align: center;"><b>CONCORRÊNCIA N.º 1/2025</b></p> <p style="text-align: center;"><b>PROCESSO ADMINISTRATIVO N.º 2219/2025</b></p>
--

**PROPOSTA TÉCNICA: CAPACIDADE DE ATENDIMENTO, REPERTÓRIO E RELATOS DE  
SOLUÇÕES DE PROBLEMA DE COMUNICAÇÃO**

**NOME EMPRESARIAL E CNPJ DA LICITANTE**

**IV – ENVELOPE 4**

- a) A **Proposta de Preços** deverá ser entregue acondicionada no **ENVELOPE 4**;
- b) O Envelope deverá ser opaco, 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.º 1/2025**

**PROCESSO ADMINISTRATIVO N.º 2219/2025**

**PROPOSTA DE PREÇOS**

**NOME EMPRESARIAL E CNPJ DA LICITANTE**

**6. DO CONTEÚDO DOS ENVELOPES**

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



**6.1.1. Plano de Comunicação Publicitária** – será constituído por caderno específico composto dos subquestitos: 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 **CMDC**, 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 CMDC.

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

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

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

- a) Cada redução e ou variação de formato será considerada como uma peça;
- b) Cada peça apresentada como parte de um kit será computada no referido limite;
- c) Peça sequencial, para qualquer meio (a exemplo de anúncio para revista, jornal, tablete, assim como painéis sequenciais de mídia exterior – outdoor, adesivagem de fingers) será considerada como uma peça, se o entendimento da mensagem depender da leitura do conjunto sequencial e uma peça sozinha não transmitir a mensagem completa da comunicação;
- d) Um 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;
- 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, ressalvado que monstro do VT não está limitado a imagens estáticas, podendo ser apresentado também com imagens em movimento, desde que utilizadas imagens somente geradas em Inteligência Artificial (IA) e ou obtidas em Bancos de Imagem.

**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 gravados digitalmente em PEN DRIVE, executáveis no sistema operacional Windows, nos formatos universais, a exemplo de:

- a) *storyboards* animados e *animatics*, para TV e cinema: avi, mov, wmv, mpeg, vob;
- b) protótipos e monstros, para rádio: mp3, wma;
- 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 separadamente do caderno, ter formatos compatíveis com suas características e se adequarem às dimensões do **Envelope 1**. As peças que não se ajustem às dimensões do **Envelope 1** poderão ser dobradas.

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

**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**.

**b)** Simulação do plano de distribuição com todas as peças e ou material constantes da relação prevista no subitem 6.1.1.3.1.

**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;
- 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 mensagem publicitária.

**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 4.680/65;
- 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).

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 PUBLICITÁRIO – VIA IDENTIFICADA**

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

## **6.3 - ENVELOPE 3 - CONJUNTO DE INFORMAÇÕES SOBRE A LICITANTE (Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Solução de Problemas de Comunicação)**

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

**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 CMDC.

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

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

**e)** As informações de marketing e comunicação, as pesquisas de audiência e a auditoria de circulação e controle de mídia que colocará regularmente à disposição da CMDC 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.

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

**a)** as peças e ou material devem ter sido veiculados, expostos ou distribuídos a partir de 1º de janeiro de 2020;

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

**c)** as peças gráficas poderão integrar o caderno específico ou ser apresentadas separadamente (soltas). 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 CMDC seja ou tenha sido signatária;

**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.

**6.3.2.2.** A apresentação de peças e ou material em número inferior ao exigido no subitem 6.3.2.1.1. implica, para este quesito, pontuação máxima proporcional ao número de peças apresentadas.

**6.3.2.3.** A proporcionalidade a que se refere o subitem 6.3.2.2. será obtida mediante a aplicação da regra de três simples em relação à pontuação máxima prevista no subitem 8.3.

**6.3.2.4.** 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, 2 (dois) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, cada um com o máximo de 2 (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 2020.

**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 - Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação.

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

**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, sem necessidade de reconhecimento de firma.

**6.3.3.2** Para cada Relato, é permitida a inclusão de até 3 (três) 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 gravados digitalmente em PEN DRIVE, executáveis no sistema operacional Windows, podendo integrar o caderno específico ou ser apresentados separadamente (soltos).

**b)** as peças gráficas poderão integrar o caderno específico mencionado no subitem 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.

**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 4.680/65 e
- e) o desconto a ser concedido nos custos internos, calculados sobre a Tabela Referencial de Custos Internos do **Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de São Paulo**, observando-se ainda que se destina a atender a exequibilidade do contrato, adotando-se os preços de mercado, estabelecidos referencialmente pelas Normas-Padrão da Atividade Publicitária, incorporadas ao sistema legal por força do disposto no Decreto n.º 4563/2002 e do disposto no inciso V do artigo 6º da Lei 12.232/2010, que dispõe que na apresentação da proposta de preço conterá quesitos representativos das formas de remuneração vigentes no mercado publicitário, evitando-se a inexecuibilidade do contrato administrativo que vier a ser firmado:

I - Não será aceito percentual de honorários superior a 15% (quinze por cento) sobre serviços externos de produção; sobre pesquisas e instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento; sobre formas inovadoras de comunicação publicitária e remuneração superior a 20% (vinte por cento) sobre o valor da mídia digital adquirida

com a intermediação da agência, nos casos em que os veículos não remunerem a agência pelo Desconto Padrão de Agência.

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

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

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

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

**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 na epígrafe deste Edital.

## **6.5. ENVELOPE 5 - DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO:**

**6.5.1.** As licitantes cujas Propostas Técnica e de Preço tenham sido classificadas, deverão entregar os Documentos de Habilitação no dia, hora e local estipulados pela Comissão de Contratação.

**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:

<p style="text-align: center;"><b>ENVELOPE 5</b></p> <p style="text-align: center;"><b>CONCORRÊNCIA N.º 1/2025</b></p> <p style="text-align: center;"><b>PROCESSO ADMINISTRATIVO N.º 2219/2025</b></p> <p style="text-align: center;"><b>DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO</b></p> <p style="text-align: center;"><b>NOME EMPRESARIAL E CNPJ DA LICITANTE</b></p>
---

**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, além de os referidos documentos estarem acompanhados de suas alterações ou da respectiva consolidação e deles deverá constar, entre os objetivos sociais, a execução de atividades da mesma natureza ou compatível com o objeto desta concorrência; ou

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

**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.

**6.5.4.5.** cédula de identidade dos responsáveis legais da licitante.

#### **6.5.5. REGULARIDADE FISCAL**

**6.5.5.1** Prova de inscrição no Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica – CNPJ/ME;

**6.5.5.2** - Certidão de Regularidade junto ao Fundo de Garantia por Tempo de Serviço - FGTS, fornecido pela Caixa Econômica Federal.

**6.5.5.3** Certidão expedida conjuntamente pela Secretaria da Receita Federal do Brasil (RFB) e pela Procuradoria-Geral da Fazenda Nacional (PGFN), referente a todos os créditos tributários federais e à Dívida Ativa da União (DAU) por ela administrados, inclusive créditos tributários relativos às contribuições sociais, conforme Portaria Conjunta RFB/PGFN n.º 1.751 de 2 de outubro de 2014.

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

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

**6.5.5.6** Prova de inexistência de débitos inadimplidos perante a Justiça do Trabalho, mediante a apresentação de certidão negativa, nos termos do Título VII-A da Consolidação das Leis do Trabalho, aprovada pelo Decreto-Lei n.º 5.452, de 1º de maio de 1943, conforme disposto na Lei n.º 12.440, de 7 de julho de 2011.

**6.5.5.7.** A partir de 14 de julho de 2025, somente para as empresas a que forem aplicáveis na forma da lei, será exigida a emissão das seguintes certidões conforme portaria MTE n.º 547, de 11 de abril de 2025:

**6.5.5.7.1.** Certidão de cumprimento da reserva legal de contratação de pessoas com deficiência e reabilitados da Previdência Social;

**6.5.5.7.2.** Certidão de contratação de aprendizes;

**6.5.5.8. Para as ME ou EPP nos termos da Lei 123/06 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 6.5.5.8, implicará decadência do direito à contratação, sem prejuízo das sanções previstas no art. 155, IV, c/c Art. 156 da Lei n.º 14.133/2021, 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 no edital.

#### **6.5.6. QUALIFICAÇÃO TÉCNICA**

**6.5.6.1.** Certificado de qualificação técnica de funcionamento de que trata a Lei n.º 12.232/2010, artigo 4º e seu parágrafo primeiro, obtido perante o Fórum de Autorregulação do Mercado Publicitário – CENP (anterior denominação “Conselho

Executivo das Normas-Padrão”) ou por entidade equivalente, legalmente reconhecida como fiscalizadora e certificadora das condições técnicas de agências de propaganda.

**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, apresentados em papel timbrado, assinados, com cargo e identificação dos representantes dos respectivos declarantes, que comprove o disposto no art. 2º e no seu parágrafo 1º, incisos I e II, da Lei 12.232/10, bem com o parágrafo 5º. do artigo 67 da Lei 14.133/21.

#### **6.5.7. QUALIFICAÇÃO ECONÔMICO-FINANCEIRA**

**6.5.7.1.** Certidão negativa de falência, expedida pelo distribuidor da sede da pessoa jurídica.

**6.5.7.2. Prova de Capital Social ou Patrimônio Líquido** mínimo de R\$ 42.000,00 (quarenta e dois mil reais), equivalente a 3% (três por cento) do valor estimado desta licitação, devendo a comprovação ser feita relativamente à data da apresentação da proposta, na forma da lei (artigo 69, parágrafo 4º da Lei 14.133/21).

**6.5.7.3. Balanço patrimonial e demonstrações contábeis dos dois últimos exercícios sociais, 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 3 (três) meses da data de apresentação dos documentos de habilitação. (artigo 69, inciso I da Lei 14.133/21).

**6.5.7.3.1.** 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 6.022/2007.

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**.

**6.5.7.3.2.** Se a licitante tiver sido constituída há menos de 2 (dois) anos de exercício, os documentos referidos no item 6.5.7.3. limitar-se-ão ao último exercício.

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

- Índice de Liquidez Geral (**LG**) superior a 1,00
- Índice de Liquidez Corrente (**LC**) superior a 1,00
- Índice de Solvência Geral (**SG**) superior a 1,00

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

Ativo Circulante + Realizável a Longo Prazo

LG = -----

Passivo Circulante + Exigível a Longo Prazo

Ativo Circulante

LC = -----

Passivo Circulante

Ativo Total

SG = -----

Passivo Circulante + Exigível a longo Prazo

**6.5.7.3.3.1.** Do balanço supra referido, cujo índice de Solvência, obtido conforme fórmula a seguir, terá de ser maior que um:

Ativo Total

S = -----

Passivo Exigível Total

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

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

**6.5.8. MODELO DE DECLARAÇÃO UNIFICADA PARA HABILITAÇÃO:** 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 e outras legislações, conforme modelo **ANEXO I – C**.

#### **6.5.9. DOCUMENTAÇÃO COMPLEMENTAR:**

**6.5.9.1. DECLARAÇÃO DE INTEGRIDADE DA PROPOSTA** da licitante, elaborada em papel timbrado e subscrita por seu representante legal, conforme modelo **ANEXO I – D**.

### **7. DA ABERTURA DOS ENVELOPES**



**7.1.** Os Envelopes 1, 2, 3 e 4 serão recebidos na data e horário estipulados no preâmbulo do Edital.

**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 de Contratação 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.

**7.1.3.** Em qualquer fase da sessão, caso julgue necessário para o esclarecimento de dúvidas ou complementação da instrução processual, a Comissão de Contratação poderá suspender a sessão para consultar os órgãos de apoio internos da Câmara Municipal de Cajamar (a exemplo do órgão de assessoramento jurídico ou de controle interno), sendo o fato devidamente registrado em ata.

**7.1.4.** Será facultado aos representantes das licitantes presentes nomear comissão constitutiva de até 3 (três) membros entre eles para, em seu nome, tomar conhecimento e rubricar as Propostas e documentos de Habilitação nas sessões públicas.

**7.1.5.** Os representantes das licitantes poderão registrar eventuais acontecimentos para conhecimento e análise da Comissão de Contratação em Folha de Registro de Ocorrências a ser fornecida durante a sessão.

## **7.2. PRIMEIRA SESSÃO:**

**7.2.1.** A 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.** Inicialmente, será realizado o credenciamento dos representantes das licitantes, por meio do(s) documento(s) exigido(s) no subitem 5.2 e o registro dos portadores sem poder de representação.

**7.2.1.2.** Após o credenciamento e a devida identificação e registro em ata, serão convocados os presentes para a entrega dos Envelopes 1, 2, 3 e 4, e verificado se estes Envelopes estão em conformidade com o edital.

**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.** Recebidos os Envelopes, os membros da Comissão de Contratação e os representantes das licitantes irão rubricar, no fecho, os **Envelopes 2 e 4**, que permanecerão fechados sob a guarda da Comissão de Contratação, que irá separá-los dos Envelopes 1 e 3.

**7.2.1.4.** Na sequência, serão retirados e rubricados, um a um, os conteúdos dos **Envelopes 1 e 3**.

**7.2.1.5.** Os membros da Comissão de Contratação ou da Equipe de Apoio deverão fiscalizar pessoalmente as rubricas dos conteúdos dos Envelopes pelos representantes das licitantes.

**7.2.1.6.** Os representantes deverão fazer a sua menor rubrica possível, sempre sobre área de borda do papel, sem tocar em nenhum elemento da proposta técnica.

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

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

**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 de Contratação.

**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, conforme a ordem descrita nas alíneas a seguir.

b) encaminhamento pela Comissão de Contratação à Subcomissão Técnica, dos **Envelopes 1;**

c) elaboração e encaminhamento, pela Subcomissão Técnica à Comissão de Contratação, 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 de Contratação à Subcomissão Técnica, dos **Envelopes 3;**

e) elaboração e encaminhamento, pela Subcomissão Técnica à Comissão de Contratação do relatório de julgamento das Propostas referentes à Capacidade de Atendimento, ao Repertório e aos Relatos de Solução de Problema de Comunicação, com as pontuações e de justificativa 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 ou subquesito 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 subquesito do Plano de Comunicação Publicitária apresentado pelas licitantes e as pontuações de cada membro para os quesitos Capacidade de Atendimento, Repertório e Relato de Solução de Problemas de Comunicação de cada licitante.

**7.2.9.** Após o término da sessão, a ata será finalizada e disponibilizada para consulta pública no sítio eletrônico oficial da Câmara Municipal de Cajamar em <https://www.cmdc.sp.gov.br/licitacoes/>.

### 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 de Contratação designará nova data e horário para realização da Segunda Sessão pública que terá a seguinte pauta:

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

**b)** abertura do receptáculo contendo os **Envelopes 2 e 4**

**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)** Proceder os critérios de desempate do subitem 8.14. e executar o sorteio previsto no subitem 8.15., quando for o caso.

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

**7.3.3.** Do resultado do julgamento e classificação ou desclassificação, caberá recurso conforme disposto no item 15.

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

### 7.4. TERCEIRA SESSÃO:

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

- a) identificação dos representantes das licitantes. Caso a empresa não tenha tido representante nas sessões anteriores, a licitante deverá se identificar por meio do(s) documento(s) exigido(s) no subitem 5.2;
- b) abertura dos Envelopes 4, exame e rubrica de seus conteúdos pela Comissão de Contratação 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) Do julgamento das propostas caberá recurso conforme disposto no item 15.

#### **7.5. QUARTA SESSÃO:**

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

- a) identificação dos representantes das licitantes. Caso a empresa não tenha tido representante nas sessões anterior, a licitante deverá se identificar por meio do(s) documento(s) exigido(s) no subitem 5.2;
- b) recebimento e abertura dos **Envelopes 5** das licitantes classificadas, conforme previsto no art. 11, § 4.º, inciso XII, da Lei 12232/2010, e decidir sobre a habilitação e exigências fixadas no Edital.
- c) disponibilizar aos representantes das licitantes, para exame, os documentos integrantes dos Envelopes n.º 5.

**d)** informar que o resultado da habilitação será publicado na forma do item 15.10 deste Edital, com a indicação da licitante habilitada ou inabilitada, abrindo-se prazo de 3 (três) dias úteis para apresentação dos recursos;

**e)** informar que será publicado na forma do item 15.10 deste Edital o nome da licitante vencedora desta Concorrência, caso não tenha sido interposto recurso na fase de habilitação, ou tenha havido a sua desistência ou, ainda, tenham sido julgados os recursos interpostos.

## **8. DO 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, como critério de julgamento técnico, os seguintes atributos da Proposta, em cada quesito ou subquesito:

#### **8.2.1. Plano de Comunicação Publicitária**

**8.2.1.1. Raciocínio Básico** (máximo de 10 pontos) relativo à acuidade de compreensão:

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

**8.2.1.2. Estratégia de Comunicação Publicitária** (máximo de 20 pontos) relativo à:

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

- b)** A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito propostos;
- c)** A riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação da CMDC com seus públicos;
- d)** A adequação e a exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do desafio de comunicação expresso no Briefing;
- e)** A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta;
- f)** A capacidade de articular os conhecimentos sobre a CMDC, o mercado no qual se insere, seus desafios de comunicação, seus públicos, os objetivos de comunicação previstos no Briefing e a verba disponível.

**8.2.1.3. Ideia Criativa (máximo de 20 pontos)** relativo à acuidade de compreensão:

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

**8.2.1.4. Estratégia de Mídia e Não Mídia (máximo de 15 pontos) relativo à:**

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

**8.2.2. Capacidade de Atendimento (máximo de 15 pontos):**

- a) O porte e a tradição dos clientes atuais da licitante e o conceito de seus produtos e serviços no mercado;
- b) A experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias;
- c) A adequação das qualificações e das quantificações desses profissionais à estratégia de comunicação publicitária da CMDC;
- d) A adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que estarão à disposição na execução do Contrato;
- e) A operacionalidade do relacionamento entre a CMDC e a licitante, esquematizado na proposta;
- f) A relevância e a utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que a licitante colocará regularmente à disposição da CMDC, sem ônus adicional, durante a vigência do Contrato.

**8.2.3. Repertório (máximo de 10 pontos):**



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

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

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

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

Quesitos/Subquesitos		Pontos
Plano de Comunicação Publicitária		65
Raciocínio Básico	10	
Estratégia de Comunicação Publicitária	20	
Ideia Criativa	20	
Estratégia de Mídia e Não Mídia	15	
Capacidade de Atendimento		15
Repertório		10
Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação		10
<b>Pontuação Máxima Total</b>		<b>100</b>

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

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

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

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

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

**8.4.** Será desclassificada a Proposta que:

- a) Não atender às exigências do presente Edital e de seus anexos;
- b) Obter pontuação zero em quaisquer dos quesitos de sua proposta técnica.
- c) tentar influenciar a Comissão de Contratação 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)** remuneração sobre o valor da mídia digital contratada por intermédio da agência, quando o veículo não a remunere com o desconto de agência;
- e)** percentual de desconto sobre os custos internos, baseado na tabela de Custo Internos do Sindicato das Agência de Propaganda do Estado de São Paulo – SINAPRO, a ser concedido pela agência à CMDC.

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

**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 CMDC efetuará o pagamento no prazo de 30 dias a contar do recebimento da nota fiscal.

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

**8.12.1.** A Classificação se dará da seguinte forma:

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

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

b) percentual de honorários sobre o planejamento e a execução de pesquisas e de outros instrumentos, de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou

sobre os resultados das campanhas realizadas ou a serem realizadas, com a intermediação e supervisões da agência.

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

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

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

10	14%
05	15%

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

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

e) desconto sobre a Tabela de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de São Paulo, fixados nos limites estabelecidos nos quesitos 6.4

PONTOS	DESCONTO SOBRE A TABELA DE CUSTO INTERNOS
20	De 50% ou acima de 50%

15	De 45% a 49%
12	De 40% a 44%
10	De 30% a 39%

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

NFPP = Nota final da Proposta de Preço

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

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

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

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

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

NFPP= D1+D2+D3+D4+D5

### **c) DO JULGAMENTO FINAL DAS PROPOSTAS**

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

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

PF = Pontuação final

NFPT = Pontuação relativa à proposta técnica

NFPP = Pontuação relativa à proposta de preço

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

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

**8.15.** 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 empresas de pequeno porte, entendendo-se como empate aquelas situações em que o resultado final, constituído pela média ponderada das pontuações das Propostas Técnica e de Preço, alcançada pelas microempresas e empresas de pequeno porte, sejam iguais à média ponderada apresentada pela licitante mais bem classificada e desde que não seja esta uma microempresa ou empresa de pequeno porte.

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

**8.19.** A empresa de pequeno porte que usufruir dos benefícios de que trata a Lei complementar n.º 123/2006 deverá apresentar, na forma da lei, juntamente com os documentos de habilitação, a declaração de que não se encontra em nenhuma das situações do parágrafo 4º do artigo 3º. do citado dispositivo e que no ano calendário da realização da licitação, ainda não celebrou contratos com a Administração Pública cujos



valores somados extrapolem a receita máxima admitida para fins de enquadramento como empresa de pequeno porte.

## **9. DA HABILITAÇÃO**

**9.1.** Os Documentos de Habilitação deverão ser entregues à Comissão de Contratação 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 de Contratação analisará os Documentos de Habilitação e julgará habilitadas as que atenderem integralmente aos requisitos de habilitação exigidos neste Edital e em seus anexos.

**9.2.1.** Se nenhuma licitante restar habilitada, a CMDC 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.** A documentação conforme o caso deverá ser compatível com as respectivas inscrições nas esferas Federal, Estadual e Municipal, sendo vedada, na apresentação, a mesclagem dos documentos de estabelecimentos diversos (números de inscrição no CNPJ, IE e CCM).

**9.3.3.** 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.

**9.3.4.** 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.

**9.3.5.** 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 6 (seis) meses entre a data de sua expedição e a da abertura do certame.

**9.3.6.** A aceitação dos documentos obtidos via "internet" ficará condicionada à confirmação de sua validade, também por esse meio, pela Comissão de Contratação.

**9.3.7.** Os documentos poderão ser apresentados no 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.

**9.3.8.** As autenticações poderão ser feitas pelos membros da Comissão de Contratação, mediante cotejo da cópia com o original.

**9.3.9.** Os documentos exigidos para habilitação, não poderão, em hipótese alguma, 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 6.5.5.8.

**9.3.10.** A vedação à inclusão de novo documento, prevista no art. 64 da Lei n.º 14.133/2021 e no item 9.3.9., não alcança documento ausente, comprobatório de condição atendida pelo licitante quando apresentou sua proposta, que não foi juntado com os demais comprovantes de habilitação e/ou da proposta, por equívoco ou falha, o qual deverá ser solicitado e avaliado pela Comissão de Contratação.

**9.3.11.** A Comissão de Contratação poderá realizar diligências, as quais serão divulgadas exclusivamente pelos meios previstos no item 15.10, com o objetivo de esclarecer ou

complementar informações necessárias à análise da documentação apresentada, estabelecendo, a seu critério, prazo para atendimento não inferior a 3 (três) dias úteis.

**9.3.12.** Para análise das condições de participação das licitantes, também serão realizadas consultas ao Cadastro Nacional de Empresas Inidôneas e suspensas (CEIS), no Portal da Transparência mantido pela Controladoria Geral da União – CGU, ao Cadastro Nacional de Empresas Punidas (CNEP) e ao Cadastro Nacional de Condenações Cíveis por Ato de Improbidade Administrativa (CADIN), disponível no Portal do Conselho Nacional de Justiça – CNJ, em harmonia com o disposto no Acórdão 1793/2011, do Plenário do Tribunal de Contas da União – TCU e no artigo 91, parágrafo 4º. Da lei 14.133/2021.

## **10. DA ADJUDICAÇÃO, DA HOMOLOGAÇÃO, E CONTRATO**

**10.1.** Após a Habilitação, a Comissão de Contratação encaminhará o processo à autoridade competente para, a seu critério, adjudicar e homologar o objeto do certame à empresa vencedora e, após, a adjudicatária será convocada para assinar e retirar o Contrato.

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

**10.3.** A adjudicatária deverá no prazo de **10 (dez) 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.** Quando, nos termos previstos no artigo 90 da Lei 14.133/21, o instrumento contratual for autorização de fornecimento/execução de serviços, será convocada a licitante vencedora do certame para assinar o termo do contrato. Será facultado à Administração, quando o convocado não assinar o termo de contrato ou não aceitar ou não retirar o instrumento equivalente no prazo e nas condições estabelecidas, convocar os licitantes remanescentes, na ordem de classificação, para a celebração do contrato nas condições propostas pelo licitante vencedor.

### **10.6. Da prestação da Garantia Contratual**

**10.6.1.** A Contratada deverá prestar a garantia da execução contratual no valor correspondente a 5% (cinco por cento) do valor total a ser contratado, em uma das modalidades previstas no § 1º do artigo 96 da Lei Federal n.º 14.133/2021, observando os prazos e condições estabelecidos nos subitens seguintes.

**10.6.2.** Para as modalidades de garantia, exceto o seguro-garantia, a prestação deverá ocorrer em até 10 (dez) dias úteis a partir da data de convocação para assinatura do Termo de Contrato.

**10.6.3.** Na hipótese de a garantia ser prestada por meio de seguro-garantia, a apólice deverá indicar a Contratante como beneficiária e ser apresentada no prazo de 1 (um) mês, contado da data de homologação da licitação e anterior à assinatura do contrato, nos termos do § 3º do art. 96 da Lei Federal n.º 14.133/2021.

**10.6.4.** Caso o valor do Contrato seja alterado, nas hipóteses previstas em Lei, a garantia deverá ser complementada, no prazo de 30 (trinta) dias úteis, para que seja mantido o percentual de 5% (cinco por cento) do valor do Contrato.

## **11. DA FISCALIZAÇÃO**

**11.1.** A CMDIC nomeará 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 e terão poderes, entre outros, para notificar a contratada, objetivando sua imediata correção.

## **12. DO RECEBIMENTO DO OBJETO DO CONTRATO**

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

- a)** provisoriamente, pelo responsável por seu acompanhamento e fiscalização, mediante termo detalhado, quando verificado o cumprimento das exigências de caráter técnico;
- b)** definitivamente, por servidor ou comissão designada pela autoridade competente, mediante termo detalhado que comprove o atendimento das exigências contratuais.

**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 (quinze) dias, contados da notificação por escrito, sem que isto implique em quaisquer ônus para a CMDC.

**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 a CMDC.

**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 CMDC 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 CMDC 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) incorporada(s) à peça e os de cessão dos demais direitos de autor e conexos.

**12.3.6.** A CMDC 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. DAS CONDIÇÕES DE PAGAMENTO**

**13.1.** Os pagamentos serão efetuados, no prazo de até 30 (trinta) dias a contar do recebimento das Notas Fiscais devidamente atestadas e será observada a ordem cronológica dos encargos, essa excepcionada de acordo com os incisos I a V do parágrafo 1º. do artigo 141 da Lei 14.133/21.

**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 boleto bancário ou, excepcionalmente, por transferência bancária, mediante aprovação prévia Administração, nos termos da legislação vigente.

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

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

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

**13.5.1.** 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

**13.6.** Não será permitido pagamento antecipado, parcial ou total, relativo a parcelas contratuais vinculadas ao fornecimento de bens ou à prestação de serviços.

**13.7.** Excepcionalmente a antecipação de pagamento será permitida se propiciar sensível economia de recursos ou se representar condição indispensável para a obtenção do bem ou para a prestação dos serviços, notadamente quando decorrer de aquisição de espaço/tempo publicitário junto a veículos de divulgação, em que a concessão de descontos, sobre os preços de tabelas públicas dos veículos de comunicação, demonstre efetivo e expressivo benefício à Administração Pública.

#### **14. DAS PENALIDADES**

**14.1.** A licitante ou contratada que descumprir quaisquer das cláusulas deste edital, conforme disposições do artigo 155 da Lei 14.133/21 ou do instrumento contratual ficará sujeita às penalidades previstas no artigo 156 e seguintes da Lei 14.133/21, assegurado o contraditório e a ampla defesa.

**14.1.1.** A licitante ou o contratado será responsabilizado administrativamente pelas seguintes infrações:

I – dar causa à inexecução parcial do contrato;

II – dar causa à inexecução parcial do contrato que cause grave dano à Administração, ao funcionamento dos serviços públicos ou ao interesse coletivo;

III – dar causa à inexecução total do contrato;

IV – deixar de entregar a documentação exigida para o certame;

V – não manter a proposta, salvo em decorrência de fato superveniente devidamente justificado;

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

VII – ensejar o retardamento da execução ou da entrega do objeto da licitação, sem motivo justificado;

VIII – apresentar declaração ou documentação falsa exigida para o certame ou prestar declaração falsa durante a licitação ou a execução do contrato;

IX – fraudar a licitação ou praticar ato fraudulento na execução do contrato;

X – comportar-se de modo inidôneo ou cometer fraude de qualquer natureza;

XI – praticar atos ilícitos com vistas a frustrar os objetivos da licitação;

XII – praticar ato lesivo previsto no artigo 5º da Lei n.º 12.846, de 1º de agosto de 2013.

**14.2.** Serão aplicadas ao responsável pelas infrações administrativas constantes do artigo 155 da Lei 14.133/21 e relacionadas no subitem 14.1.1. deste edital, as seguintes infrações:

I – advertência;

II – multa;

III – impedimento de licitar e contratar;

IV – declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com a Administração Pública direta e indireta de todos os entes federativos, pelo prazo mínimo de 3 (três) anos.

**14.2.1.** A sanção de advertência será aplicada exclusivamente pela infração administrativa de dar causa à inexecução parcial do contrato.

**14.2.2.** A sanção de multa, será de no mínimo 0,5% (meio por cento) e no máximo de 30% (trinta por cento) do valor do contrato licitado ou celebrado com contratação direta, aplicável ao responsável pelas infrações constantes do artigo 155 da Lei 14.133/21.

**14.2.3.** A sanção de impedimento de licitar e contratar será aplicada ao responsável pelas infrações administrativas de dar causa à inexecução parcial do contrato que cause grave dano à administração; de dar causa à inexecução total do contrato; de deixar de entregar a documentação exigida para o certame; de não manter a proposta, salvo em decorrência de fato superveniente devidamente justificado; de não celebrar o contrato ou não entregar a documentação exigida para a contratação, quando convocado dentro do prazo de validade de sua proposta e de ensejar o retardamento da execução ou da entrega do objeto da licitação sem motivo justificado.



**14.2.4.** A aplicação das sanções previstas no artigo 156 da Lei 14.133/21 não exclui a obrigação de reparação integral do dano causado à Administração Pública.

**14.3.** Na aplicação das sanções previstas no artigo 156 da Lei 14.133/21 será facultada defesa ao interessado nos prazos e condições especificadas no artigo 157 da mesma lei.

## **15. DOS RECURSOS**

**15.1.** Dos atos da Administração, inclusive dos julgamentos da Proposta Técnica, da Proposta de Preços e da Habilitação, cabem recursos distintos e em momentos distintos, na forma do disposto no artigo 11, incisos VIII, X e XIII da Lei 12.232/2010, em face do critério da especialidade desta norma legal. Dessa forma, consideram-se revogadas e ausentes de efeitos as partes finais das redações dos citados incisos VIII, X e XIII da referida lei, onde determinam a aplicação da alínea “b” do inciso I do artigo 109 da Lei n.º 8.666/93.

**15.2.** O prazo para interposição de cada um dos recursos possíveis neste certame (relativamente aos julgamentos das fases de Proposta Técnica, Proposta de Preço e Habilitação) será de 3 (três) dias úteis previsto no artigo 165, inciso I da Lei 14.133/21, contado da data da intimação de cada um dos julgamentos.

**15.1.1.** Igual prazo de 3 (três) dias úteis caberá à parte interessada em oferecer impugnação (contrarrazões) ao recurso interposto por uma das licitantes.

**15.2.** O recurso será dirigido à autoridade que tiver editado o ato ou proferido a decisão recorrida, a qual poderá reconsiderar sua decisão no prazo de 3 (três) dias úteis, ou, nesse mesmo prazo, encaminhar recurso para a autoridade superior, a qual deverá proferir sua decisão no prazo de 10 (dez) dias úteis, contado do recebimento dos autos.

**15.3.** O prazo para apresentação de contrarrazões ao recurso pelos demais licitantes será de 3 (três) dias úteis, contados da data da intimação pessoal ou da divulgação da interposição do recurso, assegurada a vista imediata dos elementos indispensáveis à defesa de seus interesses.

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

**15.5.** Os memoriais de recurso e as contrarrazões deverão ser interpostos e enviados exclusivamente pelo endereço eletrônico [licitacoes3@camaracajamar.sp.gov.br](mailto:licitacoes3@camaracajamar.sp.gov.br), com a peça recursal obrigatoriamente anexada e devidamente assinada, sendo obrigatório a sua confirmação através de e-mail.

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

**15.7.** Não serão conhecidos os recursos enviados pessoalmente, pelo correio, telex, fac-símile, ou qualquer outro meio de comunicação que não seja o previsto no item 15.2.

**15.8.** A Comissão de Contratação reserva-se o direito de, a qualquer momento, consultar os setores técnicos da Administração para a avaliação e julgamento de recursos e contrarrazões.

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

**15.10.** Os autos do processo permanecerão com vista franqueada aos interessados no sítio eletrônico <https://www.cmdc.sp.gov.br/licitacoes/>.

## **16. DAS DISPOSIÇÕES GERAIS**

**16.1.** Para solucionar quaisquer questões oriundas desta licitação, é competente, por disposição legal, o Foro da Comarca de Cajamar, Estado de São Paulo.

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

**16.3.** Fica assegurado à CMDC o direito de, no interesse da Administração, anular ou revogar, a qualquer tempo, no todo ou em parte, a presente licitação, dando ciência aos licitantes, na forma da legislação vigente (artigo 71 da Lei 14.133/21).

**16.4.** Será observado, ainda, quanto ao procedimento desta Concorrência:

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

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

**16.5.** 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.

**16.6.** 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 Cajamar não será, em nenhum caso, responsável por esses custos, independentemente da condução ou do resultado do processo licitatório.

**16.7.** É vedada a subcontratação, cessão ou transferência no todo ou em parte do objeto licitado, sem expressa anuência da Contratante.

**16.8.** 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 CMDC.

**16.9.** Os demais atos relativos a esta licitação serão realizados mediante publicação no site da CMDC em <https://www.cmdc.sp.gov.br/licitacoes/>.

**16.10.** As normas disciplinadoras desta licitação serão interpretadas em favor da ampliação da disputa, respeitada a igualdade de oportunidade entre os licitantes e desde que não comprometam o interesse público, a finalidade e a segurança da higidez do certame.

**16.11.** No processo licitatório, o desatendimento de exigências meramente formais que não comprometerem a aferição da qualificação do licitante ou a compreensão do conteúdo de sua proposta não importará seu afastamento da licitação ou a invalidação do processo.

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

**16.13.** Após o término das sessões, as atas serão finalizadas e disponibilizadas para consulta pública no sítio eletrônico oficial da Câmara Municipal de Cajamar em <https://www.cmdc.sp.gov.br/licitacoes/>.

**16.14.** Eventuais pedidos ou argumentações que não forem acatados pela Comissão de Contratação durante as sessões não ensejarão, em nenhuma hipótese, a suspensão do processo licitatório.

## **17. DAS PARTES DO EDITAL**

### **ANEXO I – DECLARAÇÕES:**

ANEXO I.A – DECLARAÇÃO DE ISENÇÃO OU NÃO INCIDÊNCIA DE TRIBUTOS ESTADUAIS;

ANEXO I.B – DECLARAÇÃO DE ISENÇÃO OU NÃO INCIDÊNCIA DE TRIBUTOS MUNICIPAIS;

ANEXO I.C – DECLARAÇÃO UNIFICADA PARA HABILITAÇÃO;

ANEXO I.D - DECLARAÇÃO DE INTEGRIDADE DA PROPOSTA

ANEXO II – MODELO DE PROPOSTA DE PREÇOS;

ANEXO III – TERMO DE REFERÊNCIA;

ANEXO IV – BRIEFING TÉCNICO;

ANEXO V – MINUTA DE CONTRATO;

ANEXO VI – MINUTA DE EDITAL DE SORTEIO PARA COMPOSIÇÃO DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA.

Cajamar, 27 de novembro de 2025.

**EDIVILSON LEME MENDES**

**Presidente da Câmara Municipal de Cajamar**

**CONCORRÊNCIA PRESENCIAL N.º 1/2025****PROCESSO N.º 2219/2025****ANEXO I – DECLARAÇÕES****1. ANEXO I.A - DECLARAÇÃO DE ISENÇÃO OU NÃO INCIDÊNCIA DE TRIBUTOS ESTADUAIS**

<b>Razão Social da Proponente:</b>	
<b>CNPJ:</b>	
<b>Endereço:</b>	
<b>Contato:</b>	
<b>Objeto:</b>	Prestação de serviços publicitários, a ser realizado conforme edital e seus anexos.
<b>Insc. Estadual</b>	

A partir das informações acima, a (nome da empresa) ....., **DECLARA**, sob as penas da lei e por ser expressão da verdade, que está isenta e/ou não incide tributos estaduais, não possuindo, portanto, débitos junto à Fazenda Pública do Estado ..... (do domicílio ou sede da licitante).

Cajamar, XX de XXXX de 2025.

**Nome do REPRESENTANTE:** \_\_\_\_\_

**RG:** \_\_\_\_\_

**CPF:** \_\_\_\_\_

**Assinatura do REPRESENTANTE:** \_\_\_\_\_

**CONCORRÊNCIA PRESENCIAL N.º 1/2025****PROCESSO N.º 2219/2025****2. ANEXO I.B - DECLARAÇÃO DE ISENÇÃO OU NÃO INCIDÊNCIA DE TRIBUTOS  
MUNICIPAIS**

<b>Razão Social da Proponente:</b>	
<b>CNPJ:</b>	
<b>Endereço:</b>	
<b>Contato:</b>	
<b>Objeto:</b>	Prestação de serviços publicitários, a ser realizado conforme edital e seus anexos.
<b>Insc. Municipal</b>	

A partir das informações acima, a (nome da empresa) ..... **DECLARA**, sob as penas da lei e por ser expressão da verdade, que não está cadastrada (inscrita), não possuindo, portanto, débitos mobiliários junto à Fazenda Pública do Município de ..... (do domicílio ou sede da licitante)

Cajamar, XX de XXXX de 2025.

**Nome do REPRESENTANTE:** \_\_\_\_\_

**RG:** \_\_\_\_\_

**CPF:** \_\_\_\_\_

**Assinatura do REPRESENTANTE:** \_\_\_\_\_

**CONCORRÊNCIA PRESENCIAL N.º 1/2025****PROCESSO N.º 2219/2025****3. ANEXO I.C - DECLARAÇÃO UNIFICADA PARA HABILITAÇÃO**

<b>Razão Social da Proponente:</b>	
<b>CNPJ:</b>	
<b>Endereço:</b>	
<b>Contato:</b>	
<b>Objeto:</b>	Prestação de serviços publicitários, a ser realizado conforme edital e seus anexos.
<b>Insc. Estadual</b>	

A partir dos dados informados acima, **DECLARO**, sob as penas da Lei:

- a) Que inexistem fatos impeditivos para sua habilitação na presente licitação, contratação direta ou execução contratual, ciente da obrigatoriedade de declarar ocorrências posteriores;
- b) Que não emprega menor de 18 anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre e não emprega menor de 16 anos, salvo menor, a partir de 14 anos, na condição de aprendiz, nos termos do inciso XXXIII do art. 7.º da Constituição Federal;
- c) Que cumpre as exigências de reserva de cargos para pessoa com deficiência e para reabilitado da Previdência Social, de que trata o art. 93 da Lei n.º 8.213, de 24 de julho de 1991, e art. 63, inciso IV, da Lei n.º 14.133/2021;
- d) Que cumpre a reserva legal de contratação de aprendizes nos termos do art. 429 da Consolidação das Leis do Trabalho - CLT, aprovada pelo Decreto-Lei n.º 5.452, de 1º de maio de 1943;



- e) Que não possui agente público vinculado à Câmara Municipal de Cajamar participando direta ou indiretamente de licitação, contratação direta ou de execução de contrato com o Poder Legislativo Cajamarense, conforme art. 5.º, parágrafo único, da Resolução CMDC n.º 256 de 14 de maio de 2025.

Cajamar, XX de XXXX de 2025.

**Nome do REPRESENTANTE:** \_\_\_\_\_

**RG:** \_\_\_\_\_

**CPF:** \_\_\_\_\_

**Assinatura do REPRESENTANTE:** \_\_\_\_\_

**CONCORRÊNCIA PRESENCIAL N.º 1/2025****PROCESSO N.º 2219/2025****4. ANEXO I.D - DECLARAÇÃO DE INTEGRIDADE DA PROPOSTA**

<b>Razão Social da Proponente:</b>	
<b>CNPJ:</b>	
<b>Endereço:</b>	
<b>Contato:</b>	
<b>Objeto:</b>	Prestação de serviços publicitários, a ser realizado conforme edital e seus anexos.
<b>Insc. Estadual</b>	

A partir das informações acima, a participante, por intermédio de seu representante, o(a) Sr(a) (\_\_\_\_\_), portador (a) da Carteira de Identidade RG N.º (\_\_\_\_\_) e do CPF (\_\_\_\_\_), **DECLARA**, sob as penas da Lei:

- 1) Possuir conhecimento do instrumento convocatório e ter retirado o **ENVELOPE 1**, assim como todos os documentos e informações necessários 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 apresenta 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 Cajamar antes da abertura oficial das propostas.

Cajamar, XX de XXXX de 2025.

**Nome do REPRESENTANTE:** \_\_\_\_\_

**RG:** \_\_\_\_\_

**CPF:** \_\_\_\_\_

**Assinatura do REPRESENTANTE:** \_\_\_\_\_

**CONCORRÊNCIA PRESENCIAL N.º 1/2025****PROCESSO N.º 2219/2025****ANEXO II - MODELO DE PROPOSTA DE PREÇOS**

<b>Razão Social da Proponente:</b>	
<b>CNPJ:</b>	
<b>Endereço:</b>	
<b>Contato:</b>	
<b>Objeto:</b>	Prestação de serviços publicitários, a ser realizado conforme edital e seus anexos.

A presente proposta é válida por \_\_\_\_ (\_\_\_\_\_) dias, a contar de sua apresentação.  
(no mínimo 90 dias).

Declaramos que, na vigência do contrato decorrente da Concorrência n.º 1/2025, promovida pela Câmara Municipal de Cajamar/SP, serão cobrados os seguintes honorários e descontos:

Item	Descrição	% Proposto	Observação
<b>1</b>	Honorários sobre serviços externos de produção e outros, incumbidos a terceiros, com a intermediação e sob supervisão da agência.	X % (..... por cento)	Não será aceito percentual superior a 15% (quinze por cento).
<b>2</b>	Honorários sobre pesquisas e instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento, com a intermediação e supervisão da agência.	X % (..... por cento)	Não será aceito percentual superior a 15% (quinze por cento).

<b>3</b>	Honorários sobre formas inovadoras de comunicação publicitária com a intermediação e supervisão da agência.	X % (..... por cento)	Não será aceito percentual superior a 15% (quinze por cento).
<b>4</b>	Remuneração sobre 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 4.680/65.	X % (..... por cento)	Não será aceito percentual superior a 20% (vinte por cento)
<b>5</b>	Desconto a ser concedido à Câmara Municipal de Cajamar/SP sobre os custos internos, baseados na Tabela Referencial de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de São Paulo.	X % (..... por cento)	Não será aceito desconto inferior a 30% (trinta por cento).

Ficam definidos, sem estarem sujeitos à pontuação, os percentuais máximos a serem pagos pela Câmara Municipal de Cajamar/SP para os seguintes itens:

- 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.
- 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.

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

Informamos conhecer e aceitar as disposições alusivas a direitos autorais estabelecidas no Edital.

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 Cajamar/SP as vantagens obtidas.

Cajamar, XX de XXXX de 2025.

**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.

**CONCORRÊNCIA PRESENCIAL N.º 1/2025**

**PROCESSO N.º 2219/2025**

**ANEXO III - TERMO DE REFERÊNCIA**

**1. DO OBJETO (Art. 6º, Inc XXIII, “a” da Lei 14.133/21)**

**1.1.** O presente Termo de Referência destina-se à contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agência de propaganda, 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 informar o público residente no município de Cajamar/SP, de forma a atender às necessidades da Câmara Municipal.

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

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

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

**1.2.3.** à produção e à execução técnica das peças e ou material criados pela agência contratada.

**1.2.4.** à elaboração de marcas, de expressão de propaganda, de logotipos e de outros elementos de comunicação visual.

**1.3.** As pesquisas e outros instrumentos de avaliação previstos no subitem **1.2.1** e **1.2.2** do subitem acima terão a finalidade de:

**1.3.1.** gerar conhecimento sobre o ambiente de atuação da Câmara Municipal, o seu público-alvo e os veículos de divulgação nos quais serão difundidas as campanhas ou peças;

- 1.3.2.** aferir o desenvolvimento estratégico, a criação e a divulgação de mensagens; e
- 1.3.3.** possibilitar a mensuração dos resultados das campanhas ou peças, vedada a inclusão de matéria estranha ou sem pertinência temática com a ação publicitária.
- 1.4.** A contratação dos serviços, elencados no subitem **1.1**, tem como objetivo primeiro o atendimento ao princípio da publicidade e ao direito à informação, de difundir ideias, princípios, iniciativas de informar o público em geral.
- 1.5.** O estudo e o planejamento, previstos no subitem **1.1**, objetivam a proposição estratégica das campanhas publicitárias, para alcance dos objetivos de comunicação e superação dos desafios apresentados, contemplando tanto os meios de comunicação e divulgação tradicionais (offline), bem como os meios digitais (online), prevendo sempre que possível os indicadores e métricas para aferição, análise e otimização de resultados.
- 1.6.** É vedado incluir outros serviços não previstos no subitem 1.1, em especial as atividades de assessoria de comunicação, imprensa e relações públicas, de promoção e de patrocínio e a realização de eventos festivos de qualquer natureza.
- 1.7.** Para a prestação dos serviços, será contratada agência de publicidade propaganda, doravante denominada de AGÊNCIA, LICITANTE ou CONTRATADA.
- 1.8.** Os serviços objeto da presente concorrência serão contratados com AGÊNCIA de propaganda cujas atividades sejam disciplinadas pela Lei n.º 4.680/1965 e que tenha obtido certificado de qualificação técnica de atendimento, nos termos da Lei n.º 12.232/2010.
- 1.8.1.** A AGÊNCIA não poderá subcontratar outra agência de propaganda para a execução de serviços previstos no subitem **1.1**.
- 1.8.2.** A Câmara Municipal, em consonância com o disposto no Estudo Técnico Preliminar, poderá realizar avaliação da qualidade do atendimento, do nível



técnico dos trabalhos e dos resultados concretos dos esforços de comunicação sugeridos pela AGÊNCIA CONTRATADA, da diversificação dos serviços prestados e dos benefícios decorrentes da política de preço praticada.

**1.8.2.1.** A avaliação será considerada:

**1.8.2.1.1.** Para solicitar à AGÊNCIA a melhoria da qualidade de serviços prestados;

**1.8.2.1.2.** Para decidir sobre a conveniência de, a qualquer tempo, rescindir unilateralmente o respectivo contrato;

**1.8.2.1.3.** Para fornecer, quando solicitado pela AGÊNCIA, declarações sobre o seu desempenho, a fim de servir de prova de capacitação técnica em licitações.

**1.9.** Os serviços serão prestados com vistas à consecução de ações de publicidade de interesse do Gabinete da Presidência (ou por setor específico a ser designado) da Câmara Municipal de Cajamar.

**2. DA JUSTIFICATIVA (Art. 6º, inciso XXIII, “b” da Lei 14.133/21)**

**2.1.** De início, cumpre destacar que todas as justificativas apresentadas neste Termo de Referência foram obtidas a partir do exposto em Estudo Técnico Preliminar elaborado pelo setor demandante, nos termos do § 4º do art. 36 da Resolução CMDC n.º 256/2025.

**2.2.** A Câmara Municipal de Cajamar/SP, enquanto Poder Legislativo, tem por finalidade essencial promover a comunicação institucional de suas atividades, divulgando as ações legislativas e fiscalizatórias do Poder Executivo, disseminando informações de interesse público relativas ao processo parlamentar, e coordenando a criação e veiculação da publicidade institucional que abranja as atividades, projetos e decisões do Poder Legislativo, incluindo a atuação da Mesa Diretora e dos Vereadores.

**2.2.1.** O objetivo primordial é estabelecer políticas e diretrizes que assegurem um fluxo permanente de informação à sociedade sobre a atuação dos seus representantes e a aplicação dos princípios de transparência e probidade administrativa, conforme previsto, por exemplo, no Art. 193 da Lei Orgânica Municipal, que estabelece que *"A Câmara fará divulgar, preferencialmente, por meio eletrônico, de forma gratuita, o inteiro conteúdo dessa Lei Orgânica, para distribuição nas escolas e entidades representativas da comunidade, assim como promover, por seus recursos e funcionalismo, campanhas, projetos, programas, cursos e outras atividades congêneres de conscientização e capacitação de seu conteúdo"*.

**2.3.** Nesse sentido, ela mantém seu compromisso com a representatividade popular, a fiscalização do Poder Executivo e a construção de uma sociedade mais justa e igualitária, pautada no diálogo permanente com a população do município e no respeito às pessoas. Para tanto, busca constantemente aprimorar a comunicação sobre os debates, proposições e decisões que visam o bem-estar e o desenvolvimento de Cajamar, sempre com a população como sua prioridade máxima.

**2.4.** Desse modo, as ações do Poder Legislativo Municipal têm sido orientadas por eixos estruturantes, intersetoriais e transversais, sem prejuízo de novas demandas que possam surgir ao longo da legislatura. Esses eixos estão integrados entre si e são, em sua essência, indivisíveis e, portanto, transversais aos demais. São eles:

**2.4.1. Transparência e Acesso à Informação:** Assegurar que os atos do Poder Legislativo, incluindo sessões, votações, projetos de lei e fiscalização, sejam amplamente divulgados e compreendidos pela população, promovendo a probidade, a prestação de contas e o controle social.

**2.4.2. Participação Cidadã e Representatividade:** Fortalecer os canais de diálogo com a sociedade, garantindo que as demandas populares sejam

ouvidas, debatidas e transformadas em ações legislativas eficazes, refletindo a pluralidade de interesses do município.

**2.4.3. Legislação e Fiscalização Eficaz:** Elaborar leis que atendam às necessidades do município e fiscalizar a aplicação dos recursos públicos e a execução das políticas públicas pelo Poder Executivo, visando a eficiência, a economicidade e a conformidade legal.

**2.4.4. Modernização e Eficiência Interna:** Otimizar os processos internos da Câmara, utilizando ferramentas tecnológicas para aprimorar a gestão legislativa e administrativa, liberando recursos humanos para atividades mais estratégicas e analíticas, em prol da contínua melhoria dos serviços prestados à comunidade.

**2.5.** Entende-se, assim, que a correta atuação do Poder Legislativo exige uma forma eficaz de se comunicar com a sociedade, construindo canais de comunicação que levem a todos os moradores do município conhecimento sobre os atos legislativos, os debates parlamentares e as decisões da Casa, mas também que permitam ouvir permanentemente os anseios da população, fortalecendo a democracia participativa.

**2.6.** Com efeito, a *sociedade da informação*<sup>1</sup> que se vivencia atualmente 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.

**2.7.** Para além disso, 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.

---

<sup>1</sup> **Daniel Bell**, sociólogo estadunidense, introduziu em sua obra, O advento da sociedade pós-industrial (1973), o termo "sociedade da informação".

Assim, tem-se 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.

**2.8.** Observa-se, portanto, que a comunicação institucional do Poder Legislativo de Cajamar, visando a prestação de contas das atividades parlamentares, o estímulo para o engajamento da população nos debates e proposições legislativas, e o reconhecimento das ações promovidas nos campos político, econômico e social da cidade são de vital importância para o atingimento das metas estabelecidas de transparência, representatividade e fiscalização de recursos públicos.

### **3. DA DESCRIÇÃO DA SOLUÇÃO COMO UM TODO (Art. 6º, inc. XXIII, “c” da Lei 14.133/21)**

#### **Da Fundamentação**

**3.1.** Os serviços objeto da presente Concorrência serão contratados com agência de propaganda cujas atividades sejam disciplinadas pela Lei Federal n.º 4.680, de 18 de junho de 1965, e que tenham obtido certificado de qualificação técnica de funcionamento, nos termos da Lei Federal n.º 12.232, de 2010.

**3.2.** Serão aplicadas, complementarmente à Lei Federal n.º 12.232, de 2010, também a Lei Federal n.º 14.133, de 1º de abril de 2021, a Lei Federal n.º 4.680, de 1965, e seu Decreto regulamentador n.º 57.690, de 1º de fevereiro de 1966, o Decreto Federal n.º 4.563, de 31 de dezembro de 2002, e a Resolução n.º 256, de 14 de maio de 2025, da Câmara Municipal de Cajamar/SP, que regulamenta a Lei Federal n.º 14.133, de 2021, no âmbito desta Casa Legislativa.

**3.3.** O procedimento licitatório se dará na **modalidade de Concorrência**, pelos motivos expostos a seguir:

#### **3.3.1. Natureza técnica e subjetiva do objeto licitado:**

**3.3.1.1.** A contratação de agência de publicidade e propaganda, nos termos da Lei n.º 12.232/2010, envolve a análise de propostas técnicas e criativas, já que tais propostas, comumente compostas por *storyboards*, roteiros, peças gráficas, estratégias de mídia e ações institucionais integradas, requerem exposição física.

**3.3.2. Garantia da isonomia e transparência na fase de julgamento técnico:**

**3.3.2.1.** O ambiente presencial permite melhor controle sobre eventuais violações ao sigilo das propostas.

**3.3.3. Impossibilidade prática de adaptação das peças criativas ao ambiente exclusivamente eletrônico:**

**3.3.4.** A complexidade das peças de comunicação a serem apresentadas, como vídeos, vinhetas, spots de rádio e simulações gráficas exige estrutura técnica adequada, que nem sempre está disponível ou padronizada nas plataformas eletrônicas de licitação;

**3.3.5.** apresentação em formato eletrônico pode gerar incompatibilidades de sistemas, falhas de transmissão, perda de qualidade gráfica ou sonora, prejudicando a análise qualitativa das propostas, ou mesmo identificar a empresa antes da abertura do ENVELOPE 2.

**3.3.6. Previsão legal específica na Lei n.º 12.232/2010:**

**3.3.6.1.** A Lei n.º 12.232/2010, que regula especificamente a contratação de serviços de publicidade pela Administração Pública, prevê expressamente a apresentação e julgamento presencial das propostas técnicas e de preços, com a constituição de subcomissão técnica sigilosa, o que não se coaduna com a totalidade do rito eletrônico;

**3.3.6.2.** O artigo Art. 11, § 4º, inciso I, da referida norma estabelece que a proposta técnica deverá ser apresentada em sessão pública, com abertura do invólucro correspondente, o que reforça a necessidade de ambiente controlado e presencial.

- 3.3.7.** A manutenção da forma presencial justifica-se pela exigência legal de garantia do sigilo na não identificação dos licitantes no Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, conforme disposto no Art. 6º, inciso IV, da Lei Federal n.º 12.232, de 2010, o que constitui motivação suficiente para a adoção da forma presencial, em conformidade com o Art. 17, § 2º, da Lei Federal n.º 14.133, de 2021.
- 3.3.8.** Adotar-se-á a modalidade Concorrência no processo licitatório, à vista das disposições do Art. 6º, inciso XXXVIII, da Lei Federal n.º 14.133 de 2021, e o critério de julgamento de técnica e preço, em razão de os serviços de publicidade serem reconhecidos como serviços técnicos especializados de natureza predominantemente intelectual, atendendo às disposições do Art. 36, § 1º, inciso I, da Lei Federal n.º 14.133, de 2021.
- 3.4.** Sendo os serviços publicitários institucionais reconhecidos como de natureza contínua, o contrato a ser firmado entre a Câmara Municipal de Cajamar/SP e a licitante que for vencedora do certame poderá ser prorrogado nos termos do Art. 107 da Lei Federal n.º 14.133, de 2021, desde que a prorrogação seja prevista no edital licitatório e que a autoridade competente ateste que as condições e os preços permanecem vantajosos para a Administração, permitida a negociação com o contratado ou a extinção contratual sem ônus para qualquer das partes.
- 3.5.** A agência será responsável pela criação de conteúdo, incluindo textos, imagens e vídeo, alinhados com as diretrizes da Câmara e englobará a concepção das peças publicitárias e a realização de todas as etapas para o desenvolvimento das campanhas, supervisionando atividades internas e intermediando com fornecedores externos, tais como produtoras de vídeo, som, gráficas, digitais e outras, para garantir qualidade e conformidade das entregas com as especificações exigidas.
- 3.6.** O contrato inicial terá duração de 12 (doze) meses, com possibilidade de prorrogações conforme a Lei Federal n.º 14.133, de 2021. Ao final da vigência do

contrato e sempre nos limites estabelecidos pela Lei Federal n.º 14.133, de 2021, o contrato poderá ser renovado para garantir a continuidade dos serviços de publicidade no âmbito da Câmara Municipal. Em caso de encerramento, a agência contratada realizará a transição, durante o período remanescente do contrato, concluindo as campanhas em andamento e entregando materiais e relatórios à Câmara.

#### **Da Justificativa para a Não Parcelamento do Objeto**

**3.7.** A contratação de serviços de publicidade, por sua natureza predominantemente intelectual e integrada, inviabiliza o parcelamento do objeto em itens ou lotes distintos, uma vez que a publicidade eficaz exige um estudo, planejamento, conceituação, criação, execução e distribuição que são interdependentes e complementares, formando um conjunto coeso de atividades.

**3.8.** Desse modo, o parcelamento comprometeria não somente a unidade conceitual e estratégica das campanhas, mas também a fluidez da comunicação e a otimização dos resultados pretendidos, uma vez que a expertise da agência reside na capacidade de gerenciar todas as etapas do processo de forma sinérgica. A divisão do objeto, portanto, em partes distintas poderia gerar descoordenação, retrabalho e, conseqüentemente, ineficiência na aplicação dos recursos públicos, além de dificultar a responsabilização pela qualidade final do serviço.

**3.9.** Assim, a impossibilidade de quantificar previamente as soluções criativas e estratégicas, que são desenvolvidas sob demanda e em resposta a desafios de comunicação específicos, reforça a inviabilidade de um parcelamento que não descaracterize a essência do serviço de publicidade.

#### **Da Participação de Microempresas e Empresas de Pequeno Porte**

**3.10.** É viável a participação de microempresas e empresas de pequeno porte neste certame licitatório, nos termos do art. 4º da Lei n.º 14.133/2021,

aplicando-se as disposições constantes dos arts. 42 a 49 da Lei Complementar n.º 123/2006.

**3.11.** As regras e benefícios aplicáveis às microempresas e empresas de pequeno porte estarão previstas no Edital do referido certame.

#### **4. DOS REQUISITOS DA CONTRATAÇÃO (art. 6º, inc. XXIII, “d” da lei n.º14.133/21)**

**4.1.** Os serviços presentes neste certame deverão ser prestados exclusivamente por agências de propaganda cujas atividades sejam disciplinadas pela Lei n.º4.680/1965 e que tenham obtido certificado de qualificação técnica de funcionamento e que atendam às demais condições a serem estabelecidas no Edital de Licitação e seus anexos.

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

#### **Da possibilidade de participação em empresas em Consórcio e Cooperativa**

**4.3.** Ressalta-se que as justificativas apresentadas a seguir foram obtidas a partir do exposto no item 3.5 do respectivo Estudo Técnico Preliminar (ETP) elaborado pelo setor demandante, nos termos do § 4º do art. 36 da Resolução CMDC n.º 256/2025.

**4.4.** A partir disso, **não poderão participar desta Concorrência empresas reunidas em consórcio.** Tal decisão se justifica pela necessidade de uma execução integrada e contínua das campanhas publicitárias, o que requer um alto grau de coordenação e responsabilidade por parte do contratado.

**4.4.1.** A formação de consórcios, com a participação de mais de uma agência, poderia resultar em dificuldades de gestão e comprometer a fluidez da comunicação e a uniformidade das estratégias de marketing, prejudicando



a qualidade do serviço prestado. Além disso, a complexidade e os requisitos técnicos específicos para a execução do contrato exigem que a contratada seja uma única entidade, capaz de garantir a plena execução das atividades de forma eficiente e em conformidade com os prazos e metas estabelecidas.

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

**4.6. Também não poderão participar desta concorrência a agência de publicidade:**

- 4.6.1.** Em cumprimento de suspensão temporária do direito de participar de licitação ou estiver impedida de contratar com esta Câmara Municipal;
- 4.6.2.** Cujas falência tenha sido decretada ou que estiverem concurso de credores, em processo de recuperação extrajudicial ou judicial ou em processo de liquidação, dissolução, cisão, fusão ou incorporação;
- 4.6.3.** Considerada inidônea pela Administração Pública Federal, estadual ou municipal;
- 4.6.4.** Estrangeira que não funcione no País;
- 4.6.5.** Cujos sócios, controladores, dirigentes, administradores, gerentes ou empregados integrem a Subcomissão Técnica ou tenham qualquer vínculo profissional com este órgão que realiza o certame;
- 4.6.6.** Atuante sem fins lucrativos.

**4.7. Para se habilitar a participar desta Concorrência, a licitante deverá apresentar a seguinte documentação:**

**4.7.1. Habilitação Jurídica:**

- 4.7.1.1.** registro comercial, em caso de empresas individual.
- 4.7.1.2.** ato constitutivo, estatuto ou contrato social em vigor, em se tratando de sociedades comerciais, devidamente registrado e acompanhado de documentos de eleição de seus administradores, quando se tratar de sociedades por ações.
  - 4.7.1.2.1.** Os referidos documentos deverão estar acompanhados de suas alterações ou da respectiva consolidação e deles deverá constar, entre os objetivos sociais, a execução de atividades da mesma natureza ou compatível com o objeto desta concorrência;
- 4.7.1.3.** inscrição do ato constitutivo em cartório de Registros de Pessoas Jurídicas, no caso de sociedades civis, acompanhada de prova da diretoria em exercício;
- 4.7.1.4.** 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.
- 4.7.1.5.** cédula de identidade dos responsáveis legais da licitante.

**4.7.2. Regularidade Fiscal e Trabalhista:**

- 4.7.2.1.** inscrição no Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica (CNPJ);
- 4.7.2.2.** certidão de regularidade relativa à Seguridade Social e ao FGTS, que demonstre cumprimento dos encargos sociais instituídos por lei;
- 4.7.2.3.** Certidão expedida conjuntamente pela Secretaria da Receita Federal do Brasil (RFB) e pela Procuradoria-Geral da Fazenda Nacional (PGFN), referente a todos os créditos tributários federais e à Dívida Ativa da União (DAU) por ela administrados, inclusive créditos

tributários relativos às contribuições sociais, conforme Portaria Conjunta RFB/PGFN n.º 1.751 de 02 de outubro de 2014;

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

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

**4.7.2.6.** Prova de inexistência de débitos inadimplidos perante a Justiça do Trabalho, mediante a apresentação de certidão negativa, nos termos do Título VII-A da Consolidação das Leis do Trabalho, aprovada pelo Decreto-Lei n.º 5.452, de 1º de maio de 1943, conforme disposto na Lei n.º 12.440, de 7 de julho de 2011.

**4.7.2.7.** A partir de 14 de julho de 2025, somente para as empresas a que forem aplicáveis na forma da lei, será exigida a emissão das seguintes certidões conforme portaria MTE n.º 547, de 11 de abril de 2025:

**4.7.2.7.1.** Certidão de cumprimento da reserva legal de contratação de pessoas com deficiência e reabilitados da Previdência Social;

**4.7.2.7.2.** Certidão de contratação de aprendizes;

**4.7.3. Para as ME ou EPP nos termos da Lei 123/06 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.

**4.7.3.1.** A não regularização da documentação, no prazo previsto no item acima, implicará decadência do direito à contratação, sem prejuízo das sanções previstas no Art. 155, IV, c/c Art. 156 da Lei 14.133/21, sendo facultado à Administração convocar as licitantes remanescentes, na ordem de classificação, para a assinatura do contrato, ou revogar a licitação;

**4.7.3.2.** 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 no edital.

**4.7.4.** Será considerada em situação regular a licitante cujo débito com as fazendas públicas ou com a seguridade social esteja com a exigibilidade suspensa e serão aceitas certidões positivas com efeito de negativa.

**4.7.5.** Será considerada como válida pelo prazo de 90 (noventa) dias, contados a partir da data da respectiva emissão, a certidão que não apresentar prazo de validade, exceto se anexada legislação específica indicativa de prazo distinto.

**4.7.6.** Para análise das condições de participação das licitantes, também serão realizadas consultas ao Cadastro Nacional de Empresas Inidôneas e suspensas (CEIS), no Portal da Transparência mantido pela Controladoria Geral da União – CGU, ao Cadastro Nacional de Empresas Punidas (CNEP) e ao Cadastro Nacional de Condenações Cíveis por Ato de Improbidade Administrativa (CADIN), disponível no Portal do Conselho Nacional de

Justiça – CNJ, em harmonia com o disposto no Acórdão 1793/2011, do Plenário do Tribunal de Contas da União – TCU e no artigo 91, parágrafo 4º. Da lei 14.133/2021.

**4.7.7. Qualificação Técnica:**

**4.7.7.1.** declaração(ões), atestado(os) ou certidão(ões) expedida (s) por pessoa jurídica de direito público ou privado, que ateste que a licitante prestou à declarante produtos e serviços compatíveis com o objeto desta concorrência, que deverão ser apresentados em papel timbrado assinados, com cargo e identificação dos representantes dos respectivos declarantes.

**4.7.7.2.** certificado de qualificação técnica de funcionamento, emitido pelo Fórum da Autorregulação do Mercado Publicitário (CENP) ou por entidade equivalente legalmente reconhecida como fiscalizadora e certificadora das condições técnicas de agência de propaganda, conforme disposto no parágrafo 1º. Do artigo 4º. da lei 12.232/2010.

**4.7.8. Qualificação Econômico-Financeira:**

**4.7.8.1.** Certidão negativa de falência, dentro do prazo de validade;

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

**4.7.8.2.1.** O balanço patrimonial deverá estar assinado pelo responsável legal da licitante e pelo responsável por sua elaboração, Contador ou outro profissional equivalente,

devidamente registrado no respectivo conselho de classe profissional;

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

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

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

**4.7.8.3.1.** balanço de abertura, no caso de sociedades sem movimentação;

**4.7.8.3.2.** balanço intermediário, no caso de sociedades com movimentação.

**4.7.8.4.** A comprovação da boa situação financeira da licitante será feita, conforme o caso, por meio da avaliação:

**4.7.8.4.1.** do balanço referido no subitem **4.7.8.2** do subitem **4.7.8**, cujos índices de Liquidez Geral (LG), de Solvência Geral (SG) e de

Liquidez corrente (LC), resultantes da aplicação das fórmulas a seguir, terão de ser maiores que um ( $>01$ ):

Ativo Circulante + Realizável a Longo Prazo

LG = \_\_\_\_\_

Passivo Circulante + Exigível a Longo Prazo

Ativo Total

SG = \_\_\_\_\_

Passivo Circulante + Exigível a Longo Prazo

Ativo Circulante

LC = \_\_\_\_\_

Passivo Circulante

**4.7.8.4.2.** O índice de Solvência, obtido conforme fórmula a seguir, terá de ser maior ou igual a um ( $\geq 1$ ):

Ativo total

S = \_\_\_\_\_

Passivo Exigível Total

**4.7.8.5.** Os índices de que tratam os subitens **4.7.8.4.1** e **4.7.8.4.2** acima serão calculados pela licitante e confirmados pelo responsável por sua contabilidade, Contador ou outro profissional equivalente, mediante sua assinatura e indicação de seu nome e registro no respectivo conselho de classe profissional.

**4.7.8.6.** A licitante que apresentar resultado igual ou menor que 1 (um) no cálculo de quaisquer dos índices referidos no subitem **4.7.8.4** deverá comprovar que possui capital mínimo ou patrimônio líquido mínimo de **10% (dez por cento)** do valor da verba estimada para a licitação.

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

**4.9.** O contrato será gerido e fiscalizado pelos respectivos responsáveis designados, conforme o disposto na Resolução n.º 256/2025, Capítulo III, Seção IV, que avaliarão o desempenho da agência contratada, mediante reuniões periódicas, análise de relatórios mensais de atividades e controle de entregas conforme cronograma de trabalho definido. Quaisquer desvios ou problemas na execução do objeto contratual serão registrados e reportados para correção imediata.

**4.10. Declaração Unificada para Habilitação:** 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 – C**.

## **5. DAS OBRIGAÇÕES DA CONTRATANTE E DA CONTRATADA (art. 6º, inciso XXIII, “e” da Lei 14.133/21)**

### **5.1. São obrigações da CONTRATANTE:**

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



- 5.1.2.** A Contratante comunicará por escrito à agência contratada, toda e qualquer orientação acerca dos serviços, excetuados os entendimentos orais determinados pela urgência, que deverão ser confirmados, por escrito, no prazo de 24 (vinte e quatro) horas úteis.
- 5.1.3.** A Contratante fornecerá e colocará à disposição da agência contratada todos os elementos e informações que se fizerem necessários à execução dos serviços.
- 5.1.4.** A Contratante proporcionará condições para a boa execução dos serviços.
- 5.1.5.** A Contratante notificará, formal e tempestivamente, a Contratada sobre as irregularidades observadas no cumprimento do contrato.
- 5.1.6.** A Contratante notificará a Contratada, por escrito e com antecedência, sobre multas, penalidades e quaisquer débitos de sua responsabilidade, abrindo prazo para defesa prévia.
- 5.1.7.** A Contratante cumprirá todos os compromissos financeiros assumidos com a Contratada.
- 5.1.8.** A Câmara Municipal de Cajamar/SP reserva-se o direito de executar ou não a totalidade do valor estimado para a presente contratação, conforme sua conveniência e oportunidade, e de acordo com a disponibilidade orçamentária e a demanda efetiva por serviços. A estimativa de valor não implica em obrigação de gasto integral por parte da Contratante.

**5.2. São obrigações da CONTRATADA:**

- 5.2.1.** A Contratada deverá respeitar as normas e princípios ambientais, minimizando os efeitos dos danos ao meio ambiente, utilizando tecnologias e materiais ecologicamente corretos, adotando, na execução dos serviços, boas práticas de sustentabilidade ambiental, de otimização de recursos, de redução de desperdícios e de redução da poluição, na forma do disposto no artigo 144 da Lei n.º 14.133/21. Adicionalmente, a Contratada será responsável pela logística reversa dos produtos, embalagens e serviços pós-

consumo gerados em decorrência da execução contratual, no limite da proporção que fornecer à Contratante, assumindo a responsabilidade pela destinação final ambientalmente adequada, conforme a legislação atual.

**5.2.2.** A Contratada não poderá ceder ou transferir no todo ou em parte o contrato, ficando vedado qualquer forma de subcontratação total ou de cessão contratual.

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

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

**5.2.5.** A Contratada realizará, com seus próprios recursos ou, quando necessário, mediante contratação de terceiros na forma estabelecida pela Lei n.º 12.232/2010, de acordo com as especificações estipuladas pela Contratante.

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

**5.2.7.** A Contratada fará cotação prévia de preços para todos os serviços realizados por fornecedores, nos termos do artigo 14 da Lei n.º 12.232/2010, observadas as disposições:

**5.2.7.1.** Devem ser apresentadas, no mínimo, 3 (três) propostas, das quais constarão todos os produtos ou serviços que a compõem, com o detalhamento de suas especificações e custos unitários.

- 5.2.7.2.** As propostas devem ser apresentadas no original, em papel timbrado, com a identificação completa do fornecedor e a identificação completa.
- 5.2.7.3.** Os fornecedores externos deverão estar credenciados junto à Contratante.
- 5.2.7.4.** Se não houver possibilidade de obter três propostas, a agência deverá apresentar as justificativas pertinentes, por escrito.
- 5.2.7.5.** A Câmara Municipal, como contratante, poderá proceder à verificação da adequação dos preços dos serviços de terceiros em relação aos do mercado.
- 5.2.7.6.** Obter aprovação prévia da Contratante, por escrito, para assumir despesas de produção, veiculação e qualquer outra relacionada com o contrato.
- 5.2.7.7.** A Contratada não poderá subcontratar outra agência de propaganda para realizar os serviços objeto do contrato.
- 5.2.7.8.** A Contratada providenciará, imediatamente, em casos de alterações, rejeições, cancelamentos ou interrupções de um ou mais serviços, mediante comunicação da Contratante, de um ou mais serviços, respeitadas as obrigações contratuais já assumidas com terceiros e os honorários da agência contratada pelos serviços realizados até a data dessa ocorrência, desde que não tenham sido causadas pela própria contratada ou por terceiros contratados.
- 5.2.7.9.** A Contratada só divulgará informações acerca da prestação dos serviços objeto do contrato, que envolva o nome deste órgão, mediante sua prévia e expressa autorização.
- 5.2.7.10.** A Contratada prestará esclarecimentos à Contratante sobre eventuais atos ou fatos desabonadores noticiados que envolvam a Contratada, independentemente de solicitação.

- 5.2.7.11.** A Contratada não utilizará o presente contrato como caução ou garantia de qualquer operação financeira.
- 5.2.7.12.** A Contratada cumprirá toda a legislação federal, estadual e municipal pertinente e responsabilizar-se-á por todos os prejuízos decorrentes de infrações a que houver dado causa.
- 5.2.7.13.** A Contratada cumprirá a legislação trabalhista e securitária com relação a seus empregados.
- 5.2.7.14.** A Contratada assumirá, com exclusividade, todos os tributos e taxas que forem devidos em decorrência do objeto do Contrato, bem como as contribuições devidas à Previdência Social, os encargos trabalhistas, prêmios de seguro e de acidentes de trabalho.
- 5.2.7.15.** A Contratada responsabilizar-se-á pelo ônus resultantes de quaisquer ações, demandas, custos e despesas decorrentes de danos causados por culpa ou dolo de seus empregados e prepostos, bem como obrigar-se-á por quaisquer responsabilidades decorrentes de ações judiciais que lhe venham a ser atribuídas por força de lei, relacionadas com o cumprimento do contrato.
- 5.2.7.16.** A Contratada, em caso de ação trabalhista envolvendo os serviços prestados, adotará as providências necessárias no sentido de preservar a Contratante e de mantê-la a salvo de reivindicações, demandas, queixas ou representações de qualquer natureza e, não o conseguindo, se houver condenação, reembolsará a Contratante das importâncias que esta tenha sido obrigada a pagar, dentro do prazo improrrogável de **10 (dez) dias úteis** a contar da data do efetivo pagamento.
- 5.2.7.17.** Constituem-se responsabilidade da Contratada quanto a direitos autorais:

**5.2.7.18.** ceder à Contratante, total e definitivamente, os direitos patrimoniais do uso das ideias, peças, campanhas e demais materiais de publicidade, de sua propriedade, concebidos, criados e produzidos em decorrência do contrato que vier a ser firmado, sem qualquer remuneração adicional ou especial, mesmo após o término da vigência do contrato.

**5.2.7.19.** condicionar, nos casos de cessão de direitos por tempo limitado, a contratação de serviços com terceiros, pelo período indicado pela Contratante e utilizar os trabalhos protegidos pelos direitos autorais ou conexos, dentro dos limites estipulados no respectivo ato de cessão.

**5.2.7.20.** quando exigido pela Contratante, obter dois orçamentos para execução dos serviços pelos fornecedores externos, um de cessão de direitos por tempo limitado e outro de cessão definitiva desses direitos, quando possível, para que a Contratante escolha uma das opções.

**5.2.7.21.** Fazer constar, em destaque, em todos os orçamentos de produção de peças, os custos dos cachês, os de cessão de direito de uso de obras consagradas incorporadas à peça e os de cessão dos demais direitos.

**5.2.7.22.** reconhecer que qualquer remuneração devida em decorrência da cessão de direitos patrimoniais por ela realizados à Contratante, será sempre considerada como já incluída no custo da criação.

## **6. DA EXECUÇÃO DO OBJETO DO CONTRATO (Art. 6, inc. XXIII, “e” da Lei 14.133/21)**

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

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

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

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

**6.3.2.** Criação das peças publicitárias;

**6.3.3.** Apresentadas as peças pela Contratada, a Contratante deverá aprová-la ou solicitar ajustes em prazo médio de **05 (cinco) dias úteis**, sempre por escrito.

**6.3.4.** Execução das campanhas publicitárias através dos meios definidos, conforme planejamento de mídia aprovado pela Contratante.

**6.3.5.** Acompanhamento da campanha pela Contratada, que apresentará relatórios à Contratante sobre a divulgação da campanha;

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

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

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

#### **Da Entrega e Verificação dos Materiais**

**6.6.** A Contratada deverá realizar a entrega de todos os materiais e peças publicitárias, sejam eles digitais ou físicos, em conformidade com as

especificações técnicas e prazos estabelecidos em cada Ordem de Serviço ou Plano de Trabalho aprovado.

**6.7.** Para materiais digitais (incluindo, mas não se limitando a vídeos, áudios, imagens, banners, posts para redes sociais, infográficos, layouts de websites, etc.), a entrega deverá ocorrer nos formatos e resoluções acordados, preferencialmente por meio de plataformas seguras de compartilhamento de arquivos (como sistemas de gerenciamento de projetos, servidores em nuvem ou e-mail corporativo), garantindo a integridade e a rastreabilidade dos arquivos.

**6.8.** Para materiais físicos (incluindo, mas não se limitando a impressos, brindes, peças de mídia exterior, etc.), a entrega deverá ser acompanhada de relatório descritivo e, quando aplicável, amostras para verificação de qualidade e conformidade com o projeto aprovado.

**6.9.** A Contratante realizará a verificação minuciosa de todos os materiais entregues, atestando sua conformidade com as especificações técnicas, criativas e legais. Qualquer inconformidade, erro ou irregularidade será formalmente comunicado à Contratada, que terá o prazo de **05 (cinco) dias úteis** para realizar as correções necessárias, sem ônus adicionais para a Contratante.

**6.10.** A Contratada deverá fornecer relatórios detalhados de todas as entregas realizadas, incluindo datas, horários, tipos de materiais, canais de veiculação/distribuição (se aplicável) e responsáveis pelo recebimento/aprovação por parte da Contratante.

**6.11.** A Contratante manterá um canal de feedback contínuo com a Contratada sobre a qualidade dos materiais e serviços prestados, visando à melhoria contínua e ao alinhamento estratégico.

## **7. DA GESTÃO DE CONTRATO (art. 6º, inciso XXIII, “f” da lei 14.133/21)**

**7.1.** A gestão do contrato será realizada por meio de Fiscais, servidoras HENI DIAS DE MORAES e DINÁ ROBERTA CONSTANTINO BELIZIÁRIO, e da Gestora servidora

CELIA DA SILVA ARRUDA PRAMPOLIM) do contrato pela Contratante, garantindo o acompanhamento e fiscalização da execução do objeto contratual, abrangendo todas as etapas da execução, inclusive o de verificar o cumprimento das metas e cronogramas acordados.

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

**7.3.** Conforme dispõe a Resolução n.º 256/2025, art. 13, caberá ao **GESTOR DO CONTRATO** e, nos seus afastamentos e seus impedimentos legais, ao seu substituto, exercer todas as atribuições referentes à sua função, descritas no anexo VIII da Resolução n.º 244/2022 da Câmara de Cajamar, em especial:

**7.3.1.** coordenar as atividades relacionadas à fiscalização do contrato;

**7.3.2.** acompanhar os registros realizados pelos fiscais do contrato das ocorrências relacionadas à execução do contrato e as medidas adotadas, e informar à autoridade superior aquelas que ultrapassarem a sua competência;

**7.3.3.** acompanhar a manutenção das condições de habilitação do contratado, para fins de empenho de despesa e de pagamento, e anotar os problemas que obstem o fluxo normal da liquidação e do pagamento da despesa no relatório de riscos eventuais;

**7.3.4.** examinar a regularidade no recolhimento das contribuições fiscais, trabalhistas e previdenciárias e tomar as providências cabíveis;

**7.3.5.** coordenar a rotina de acompanhamento e de fiscalização do contrato, cujo histórico de gerenciamento deverá conter todos os registros formais da execução, a exemplo da ordem de serviço, do registro de ocorrências, das alterações e das prorrogações contratuais, e elaborar relatório com



vistas à verificação da necessidade de adequações do contrato para fins de atendimento da finalidade da administração;

**7.3.6.** elaborar o relatório final de que trata a alínea “d” do inciso VI do § 3º do art. 174 da Lei n.º 14.133, de 2021, com as informações obtidas durante a execução do contrato;

**7.3.7.** coordenar a atualização contínua do relatório de riscos durante a gestão do contrato, com apoio dos fiscais do contrato;

**7.3.8.** emitir documento comprobatório da avaliação realizada pelos fiscais do contrato quanto ao cumprimento de obrigações assumidas pelo contratado, com menção ao seu desempenho na execução contratual, baseado em indicadores objetivamente definidos e aferidos, e a eventuais penalidades aplicadas, a constarem do cadastro de atesto de cumprimento de obrigações conforme disposto em regulamento;

**7.3.9.** verificar, em tempo hábil, o término do contrato sob sua responsabilidade, com vistas à renovação tempestiva ou à prorrogação contratual;

**7.3.10.** realizar o recebimento definitivo do objeto do contrato referido no art. 25, mediante termo detalhado que comprove o atendimento das exigências contratuais, salvo disposição contrário em edital, aviso de contratação direta, contrato, ato normativo ou administrativo;

**7.3.11.** tomar providências para a formalização de processo administrativo de responsabilização para fins de aplicação de sanções, a ser conduzido pela comissão de que trata o art. 158 da Lei n.º 14.133, de 2021, ou pelo agente ou pelo setor competente para tal, conforme o caso.

**7.4.** O não atendimento das exigências contratuais pela Contratada, implicará na possibilidade de o gestor adotar as medidas cabíveis, inclusive aplicação de penalidades, na forma prevista no contrato e na Lei n.º 14.133/21.

**7.4.1.** As sanções administrativas aplicáveis à Contratada por infrações contratuais serão aquelas previstas na Lei n.º 14.133/2021 e detalhadas no Contrato Administrativo, incluindo, mas não se limitando, advertência, multa, impedimento de licitar e contratar, e declaração de inidoneidade.

**7.4.2. Da Prescrição do Poder em Penalizar:** O poder da Contratante em aplicar sanções prescreverá em **5 (cinco) anos**, contados da ciência da infração pela Administração, sendo interrompido pela instauração do processo de responsabilização e suspenso pela celebração de acordo de leniência ou por decisão judicial que inviabilize a conclusão da apuração administrativa.

**7.4.3. Da Desconsideração da Personalidade Jurídica:** A personalidade jurídica da Contratada poderá ser desconsiderada nos termos da Lei n.º 14.133/2021, caso seja utilizada com abuso de direito para facilitar, encobrir ou dissimular a prática de atos ilícitos ou para provocar confusão patrimonial, estendendo-se os efeitos das sanções aos administradores e sócios com poderes de administração, bem como à pessoa jurídica sucessora ou empresa do mesmo ramo com relação de coligação ou controle, de fato ou de direito, sempre observados os princípios do contraditório, da ampla defesa e da obrigatoriedade de análise jurídica prévia.

**7.5.** Em atenção ao disposto na resolução n.º 256/2025, art. 14, caberá ao **FISCAL DE CONTRATO** verificar o cumprimento das cláusulas contratuais relativas aos honorários devidos à Contratada e às condições de contratação de fornecedores de serviços especializados com a intermediação da Contratada e, nos seus afastamentos e seus impedimentos legais, ao seu substituto, em especial:

**7.5.1.** prestar apoio técnico e operacional ao gestor do contrato com informações pertinentes às suas competências;

**7.5.2.** anotar no histórico de gerenciamento do contrato todas as ocorrências relacionadas à execução do contrato, com a descrição do que for necessário para a regularização das faltas ou dos defeitos observados;

- 7.5.3.** emitir notificações para a correção de rotinas ou de qualquer inexatidão ou irregularidade constatada, com a definição de prazo para a correção;
- 7.5.4.** informar ao gestor do contato, em tempo hábil, a situação que demandar decisão ou adoção de medidas que ultrapassem a sua competência, para que adote as medidas necessárias e saneadoras, se for o caso;
- 7.5.5.** comunicar imediatamente ao gestor do contrato quaisquer ocorrências que possam inviabilizar a execução do contrato nas datas estabelecidas;
- 7.5.6.** fiscalizar a execução do contrato para que sejam cumpridas as condições estabelecidas, de modo a assegurar os melhores resultados para a administração, com a conferência das notas fiscais e das documentações exigidas para o pagamento e, após o ateste, que certifica o recebimento provisório, encaminhar ao gestor de contrato para ratificação;
- 7.5.7.** realizar o recebimento provisório do objeto do contrato, mediante termo detalhado que comprove o cumprimento das exigências de caráter técnico, salvo disposição em contrário em edital, aviso de contratação direta, contrato, ato normativo ou administrativo.
- 7.6.** A fiscalização pela Contratante em nada restringe a responsabilidade, única, integral e exclusiva da Contratada, pela perfeita execução dos serviços.
- 7.7.** Sempre que necessário, será providenciado o reajuste do contrato, caso se identifiquem condições de mercado que justifiquem a alteração dos valores ou prazos, observando-se a devida formalização e a justificativa para tais ajustes.
- 8. DA MEDIÇÃO E PAGAMENTO (art. 6, inc. XXIII, “g” da Lei 14.133/21)**
- 8.1.** Os critérios de medição e de pagamento serão estabelecidos de forma clara e objetiva, visando garantir que a execução do contrato seja realizada conforme as condições acordadas e os resultados esperados.
- 8.2.** A medição da execução dos serviços será realizada com base nas entregas de campanhas publicitárias, sejam elas de mídia eletrônica, digital, impressas ou outros formatos acordados.

- 8.3.** O cumprimento dos prazos será monitorado de acordo com o cronograma estabelecido no contrato. Caso haja atrasos ou descumprimentos, deverá ser realizada análise para adotar medidas corretivas necessárias, se for o caso.
- 8.4.** O pagamento da remuneração da Contratada não está condicionado aos resultados obtidos com as campanhas, pois dependem de outros fatores, tais como contexto fático nacional, regional e local, convicções ideológicas do público de interesse, postura de servidores públicos no atendimento ao público, condições econômicas, entre outros, os quais podem interferir no grau de atingimento dos objetivos de uma campanha, independentemente da qualidade técnica da ação de publicidade e dos serviços prestados.
- 8.5.** Os serviços contratados serão documentados mediante a apresentação de Notas Fiscais/Faturas da CONTRATADA com os valores relativos ao seu serviço, anexando ainda as notas fiscais dos veículos de divulgação e outros fornecedores, e fazendo constar do corpo da Nota Fiscal da agência os serviços prestados por esses terceiros (veículos e fornecedores), com os números das notas fiscais respectivas e com os valores dos serviços realizados por estes, sendo feito o pagamento por depósito no valor global (agência + veículos/fornecedores) para a CONTRATADA.
- 8.6.** A CONTRATADA não emitirá Nota Fiscal própria com os valores dos serviços globais, mas apenas de sua parte, de acordo com as Normas do CENP.
- 8.6.1.** Os demais fornecedores emitirão Notas Fiscais com seus valores, e as mesmas serão apresentadas conjuntamente pela CONTRATADA para a efetuação do pagamento, que repassará, obrigatoriamente, a parte devida aos fornecedores, sendo que nas Notas Fiscais deverão constar o número do contrato.
- 8.7.** Os pagamentos à Contratada realizar-se-ão no prazo de até 30 (trinta) dias da data da apresentação das respectivas notas fiscais.

**8.8.** Todo serviço a ser prestado pelos fornecedores externos e veículos de divulgação serão precedidos da competente assinatura da respectiva ordem de serviço ou pedido de inserção, os quais serão emitidos pela CONTRATADA.

**9. DA FORMA E CRITÉRIO DE SELEÇÃO DO FORNECEDOR (art. 6., inc. XXIII “h” da Lei 14.133/21, c.c. art. 14 e seu parágrafo 1º. da Lei 12.232/2010)**

**9.1.** Em relação à seleção de fornecedores externos de serviços especiais, deverão ser aplicadas as disposições do artigo 14 e parágrafo 1º. da lei 12.232/2010, com a obtenção, pela contratada, de, no mínimo, três orçamentos de empresas previamente cadastradas pela Contratante, de igual nível técnico, cabendo à Contratante a escolha do fornecedor a ser contratado.

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

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

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

**9.5.** A avaliação da proposta técnica será baseada em critérios claros e objetivos que avaliem a qualificação técnica da licitante, sua experiência em campanhas publicitárias semelhantes e à proposta de preço apresentada, garantindo a escolha da proposta mais vantajosa para a Administração Pública.

**9.6.** A licitação será processada e julgada por Comissão Especial de Licitação, a ser criada seguindo o disposto no art. 8º do decreto n.º 7139/2024 – no que couber, com exceção da análise e julgamento das propostas técnicas.

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

#### **Da composição da Subcomissão Técnica**

**9.7.1.** Para a composição da Subcomissão Técnica, realizou-se análise, perante contratações de mesma natureza de outras Administrações Públicas, acerca da forma de seleção dos profissionais que comporão a equipe técnica de julgamento. Inicialmente, avaliou-se a conveniência entre duas opções comumente adotadas nesse mercado: *i)* a publicação de edital de convocação para credenciamento de possíveis participantes, conforme o Art. 10, § 2º, da Lei n.º 12.232/2010; e *ii)* a indicação nomes qualificados por entidade de classe. Nesse sentido, constatou-se que municípios como Itu e Ribeirão Preto adotaram com êxito a indicação direta (opção “*ii*”). Ademais, experiências como a de São João da Boa Vista e Campinas, que inicialmente optaram pelo chamamento público, enfrentaram atrasos no cronograma e insuficiência de inscritos qualificados, o que comprometeu a celeridade dos processos.

**9.7.2.** Em virtude do exposto e, para fundamentar tal decisão, convém ressaltar o que o Guia de Licitações de Serviços Publicitários<sup>2</sup> aponta sobre o tema. Conforme o Guia, na Seção VII, item 10, página 77:

---

<sup>2</sup> Guia de Orientação à Administração Pública e à Agências de Publicidade sobre Licitações de Serviços Publicitários – 3ª Edição, 2025, por Paulo Gomes.

*“O chamamento público de profissionais, para que sejam relacionados e sorteados para comporem a Subcomissão Técnica, ainda que atendam às exigências do artigo 10 da lei 12.232/2010, é desnecessário e inconveniente porque: **a)** A lei não exige a realização desse chamamento; **b)** A lei exige que sejam previamente cadastrados no órgão ou ente público que realiza a licitação; **c)** Eventual profissional que seja recém-formado numa das áreas de comunicação, publicidade e marketing estará legalmente em condições de participar da Subcomissão Técnica mas, de fato, poderá ainda não ter conhecimento e qualificação técnica suficientes para avaliação e julgamento de uma proposta técnica para desenvolvimento de uma campanha publicitária.”*

**9.7.3.** Além disso, na Seção 15, página 129, o mesmo Guia destaca que:

*“o “chamamento público” para que interessados que quisessem participar do sorteio para compor tal subcomissão, demandaria uma avaliação prévia, por parte da Comissão de Contratação, de cada pretendente quanto à sua capacitação técnica, a fim de que houvesse condições para a avaliação de todos os interessados, o que, por certo, retardaria sobremaneira o processo licitatório.”*

**9.7.4.** Diante do apresentado, e visando garantir a celeridade, a expertise necessária e a segurança jurídica do processo, a relação de nomes para sorteio será obtida mediante solicitação formal à Associação dos Profissionais de Propaganda – APP, de maneira que esta abordagem assegura a qualificação técnica exigida pela Lei n.º 12.232/2010, sem os riscos e a morosidade inerentes a um chamamento público.

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

- 9.9.** As Propostas Técnicas (compostas de Plano de Comunicação Publicitária e do conjunto de informações sobre as licitantes – Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Solução de Problemas de Comunicação) e de Preço, serão apresentadas pelas licitantes numa primeira sessão. Posteriormente e somente pelas licitantes classificadas nessa primeira fase, as licitantes deverão apresentar os documentos de Habilitação, na forma da lei 12.232/2010.
- 9.10.** O Plano de Comunicação Publicitária será apresentado em duas vias, sendo a Primeira de forma apócrifa, que será julgada pela Subcomissão Técnica e o Conjunto de Informações conterá a Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Solução de Problemas de Comunicação
- 9.11.** A proposta de preços e os documentos de habilitação serão julgados pela Comissão Especial de Licitação, bem como julgará ela os recursos interpostos na primeira fase.
- 9.12.** Para remuneração da agência são adotadas as disposições do art. 11 da Lei.4.680/65, art. 11 do Decreto n.º 57.690/66, das Normas-Padrão da Atividade Publicitária que estabelecem os preços de mercado, incorporadas ao sistema legal por força do Decreto n.º 4563/2002.
- 9.13.** As licitantes deverão apresentar sua proposta de preços mediante a concessão de desconto sobre a Tabela de Custos Internos editada pelo Sindicato das Agências de Propaganda do estado de sua base territorial e redução de honorários incidente sobre os custos de produção de serviços externos desenvolvidos sobre a criação da agência, sobre pesquisas e sobre formas inovadoras de comunicação em consonância com novas tecnologias.
- 9.14.** Os honorários da agência, sobre produção externa, são fixados no máximo em 15%, conforme item 3.6 e 3.6.1 das Normas-Padrão da Atividade Publicitária.



- 9.15.** Os percentuais de redução dos custos internos e dos honorários sobre produção externa devem ser propostos de forma a não tornar o contrato inexecutável.

## **10. DA APRESENTAÇÃO E ELABORAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA**

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

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

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

### **Da Estrutura e Apresentação dos Invólucros da Proposta Técnica**

- 10.3.** A Proposta Técnica deverá ser acondicionada em 03 (três) invólucros distintos, conforme detalhado abaixo, e entregues lacrados e rubricados no fecho, exceto o Invólucro n.º 1.

**10.4. Invólucro n.º 1: Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada (Apócrifa):**

**10.4.1. Formato:** Deverá ser fornecido pela Câmara Municipal de Cajamar/SP, padronizado, sem lacre e sem rubrica.

**10.4.2. Conteúdo:** Conterá, exclusivamente, o Plano de Comunicação Publicitária (Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia), conforme item 10.1.

**10.4.3. Identificação:** Não poderá conter qualquer informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que, por si só e de forma inequívoca, possibilite a identificação de sua autoria. A violação desta regra implicará na desclassificação imediata da licitante.

**10.4.4. Integridade:** Não deverá estar danificado ou deformado pelas peças ou documentos nele acondicionados de modo a possibilitar a identificação do proponente.

**10.5. Invólucro n.º 2: Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada:**

**10.5.1. Formato:** Deverá ser providenciado pela licitante, lacrado e rubricado no fecho.

**10.5.2. Identificação Externa:** Conterá a seguinte identificação:

ENVELOPE 2

Concorrência Presencial n.º 1/2025

Processo Administrativo n.º 2219/2025

Proposta Técnica: PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – VIA IDENTIFICADA.

NOME EMPRESARIAL DA LICITANTE E CNPJ [NÚMERO DO CNPJ].

**10.5.3. Conteúdo:** Conterá uma cópia fiel da Via Não Identificada (item 10.3), exceto pelos exemplos de peças e/ou material da Ideia Criativa. Deverá ter

a identificação da licitante, ser datado e assinado na última página e rubricado nas demais, por quem detenha poderes de representação da licitante, devidamente identificado.

**10.6. Invólucro n.º 3: Conjunto de Informações sobre as Licitantes (Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação):**

**10.6.1. Formato:** Deverá ser providenciado pela licitante, lacrado e rubricado no fecho.

**10.6.2. Identificação Externa:** Conterá a seguinte identificação:

<p>ENVELOPE 3</p> <p>Concorrência Presencial n.º 1/2025</p> <p>Processo Administrativo n.º 2219/2025</p> <p>Proposta Técnica: CAPACIDADE DE ATENDIMENTO, REPERTÓRIO E RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMA DE COMUNICAÇÃO</p> <p>NOME EMPRESARIAL DA LICITANTE E CNPJ [NÚMERO DO CNPJ].</p>
--

**Requisitos de Formatação Específicos para a Proposta Técnica (Invólucro n.º 1 e 2)**

**10.7. Formato Geral:**

**10.7.1.** Papel tipo sulfite, A4 (210mm x 297mm), branco, com gramatura de até 90 g/m².

**10.7.2.** Orientação retrato, em caderno único, com espiral preto colocado à esquerda.

**10.7.3.** Capa e contracapa em papel sulfite branco, formato A4, brancas e com até 90 g/m².

**10.8. Margens:**

**10.8.1.** Espaçamento de 2 cm na margem esquerda e de 2 cm nas margens direita, superior e inferior, a partir das respectivas bordas.

**10.9. Texto e Numeração:**

**10.9.1.** Títulos, entretítulos, parágrafos e linhas subsequentes sem recuos.

**10.9.2.** Espaçamento "simples" entre linhas e, opcionalmente, duplo após título e entretítulos e entre parágrafos.

**10.9.3.** Alinhamento justificado do texto.

**10.9.4.** Texto e numeração de páginas em fonte "Arial", cor "automático", tamanho "12 Pontos".

**10.9.5.** Numeração em todas as páginas, pelo editor de textos, a partir da primeira página interna, em algarismos arábicos, na parte inferior da página, do lado direito.

**10.10. Limites de Páginas:**

**10.10.1.** 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 subquestos.

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

**Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada**

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

**10.12.1.** Em papel tipo sulfite, A4 – com até 90 g/m2 branco;

- 10.12.2.** 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/m<sup>2</sup>;
- 10.12.3.** Espaçamento de 2 cm, nas margens direita e esquerda, superior e inferior, a partir da borda;
- 10.12.4.** Títulos, entre títulos, parágrafos e linhas subsequentes sem recuos;
- 10.12.5.** Espaçamento “simples” entre linhas e opcionalmente duplo entre parágrafos, títulos e subtítulos.
- 10.12.6.** Alinhamento justificado do texto.
- 10.12.7.** Texto e numeração de páginas em fonte “Arial”, cor “automático”, corpo 12 (doze);
- 10.12.8.** 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.
- 10.13.** 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 subquestos.
- 10.14.** 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 Invólucro n.º 2.
- 10.15.** O Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, composto dos subquestos Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia deverá ser elaborado com base no

Apêndice Briefing, que fará parte do edital licitatório, observadas as seguintes disposições:

**10.15.1. Raciocínio Básico:** apresentação pela licitante de diagnóstico das necessidades de comunicação publicitária da Câmara Municipal de Cajamar/SP 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;

**10.15.2. 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:

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

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

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

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

com o limite de 10 peças; e o **segundo**, com as peças não corporificadas, sem limite do número de peças.

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

**10.15.4.** **Estratégia de Mídia e Não Mídia:** Peça constituída de:

**10.15.4.1.** 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.

**10.15.4.2.** 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\$ 300.000,00 (trezentos mil reais).

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

**10.15.5.1.** o período de distribuição das peças e ou material.

**10.15.5.2.** as quantidades de inserções das peças em veículos de divulgação.

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

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

**10.15.5.5.** as quantidades a serem produzidas de cada peça e ou material de não mídia.

**10.15.5.6.** os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção de cada peça e ou material de não mídia.

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

**10.15.5.8.** Nessa simulação:

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

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

**10.15.5.8.3.** devem ser desconsiderados os custos internos e os honorários sobre todos os serviços de fornecedores.

**10.15.5.8.4.** 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).

**10.15.6.** 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**.

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

#### **Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada**

- 10.16.** 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:

- 10.16.1.** ter a identificação da licitante;
- 10.16.2.** ser datado;
- 10.16.3.** estar assinado na última página e rubricado nas demais, por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

#### **Capacidade de Atendimento**

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

- 10.17.1.** Qualquer página com os documentos e informações previstos neste item poderá ser editada em papel A3 dobrado.
- 10.17.2.** Não há limitação de número de páginas para apresentação da Capacidade de Atendimento.

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

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

**10.17.3.2.** 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.

**10.17.3.3.** As instalações, a infraestrutura e os recursos materiais que estarão à disposição para a execução do contrato;

**10.17.3.4.** 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;

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

## **Repertório**

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

- 10.19.** Os documentos e informações e o caderno específico mencionados no subitem precedente não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do Invólucro n.2.
- 10.20.** Não há limitação de número de páginas para apresentação do Repertório.
- 10.21.** O Repertório será constituído de peças e ou materiais concebidos e veiculados, expostos ou distribuídos pela licitante.
- 10.22.** A licitante deverá apresentar 10 (dez) peças ou material, independentemente do seu tipo ou característica e da forma de sua veiculação, exposição ou distribuição.
- 10.23.** As peças e ou material devem ter sido veiculados, expostos ou distribuídos a partir de **01.01.2020**.
- 10.24.** Se apresentadas soltas, as peças poderão ter qualquer formato, dobradas ou não.
- 10.25.** Para cada peça e ou material, deverá ser apresentada ficha técnica com a indicação sucinta do problema que se propôs a resolver e a identificação da licitante e de seu cliente, título, data de produção, período de veiculação, exposição e ou distribuição e, no caso de veiculação, a menção de pelo menos um veículo que divulgou cada peça.
- 10.26.** As peças e ou material não podem se referir a trabalhos solicitados e ou aprovados pelo Município de Cajamar.

#### **Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação**

- 10.27.** 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.

**10.28.** Os documentos e informações e o caderno específico mencionados no subitem precedente não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – via Não Identificada e possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do Invólucro n.º2.

**10.29.** 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:

**10.29.1.** será elaborado pela licitante, em papel que a identifique;

**10.29.2.** deverá ter nome, cargo ou função e assinatura de funcionário da licitante responsável por sua elaboração;

**10.29.3.** não pode referir-se a ações publicitárias solicitadas e ou aprovadas pelo Município de Cajamar;

**10.29.4.** deverá estar formalmente referendado pelo cliente.

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

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

**10.31.1.** as peças eletrônicas deverão ser fornecidas em PEN DRIVE ou DVD, podendo integrar o caderno específico previsto no Edital ou ser apresentadas soltas;

**10.31.2.** 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;

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

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

## **11. DO JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS**

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

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

<b>11.3. Plano de Comunicação Publicitária</b>
--

**11.4.** Raciocínio Básico – a acuidade de compreensão:

**11.4.1.** das funções e do papel do Poder Legislativo de Cajamar nos contextos social, político e econômico.

**11.4.2.** da natureza, da extensão e da qualidade das relações da Câmara Municipal de Cajamar com seus públicos.

**11.4.3.** das características da Câmara Municipal e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária.

**11.4.4.** sobre a natureza e a extensão do objeto da licitação.

**11.4.5.** dos desafios ou dos problemas, gerais e ou específicos, de comunicação a serem enfrentados pela Câmara Municipal de Cajamar.

**11.4.6.** das necessidades de comunicação do ANUNCIANTE para enfrentar esses desafios ou problemas.

**11.5. Estratégia de Comunicação Publicitária:**

**11.5.1.** a adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza e à qualificação do Poder Legislativo de Cajamar e a seus desafios ou problemas, geral e ou específico, de comunicação.

**11.5.2.** a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito propostos.

**11.5.3.** a riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação da Câmara Municipal de Cajamar com seus públicos.

**11.5.4.** a adequação e a exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução dos desafios ou dos problemas, geral e ou específico, de comunicação do Legislativo Municipal de Cajamar.

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

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

**11.6. Ideia Criativa:**

**11.6.1.** sua adequação aos desafios ou problemas geral e ou específico, de comunicação da Câmara Municipal de Cajamar.

**11.6.2.** sua adequação à estratégia de comunicação publicitária sugerida pela licitante;

**11.6.3.** sua adequação ao universo cultural dos segmentos de público-alvo;

**11.6.4.** a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta.

**11.6.5.** a originalidade da combinação dos elementos que a constituem.

**11.6.6.** a simplicidade da forma sob a qual se apresenta.

**11.6.7.** sua pertinência às atividades da Câmara Municipal de Cajamar e à sua inserção nos contextos social, político e econômico.

**11.6.8.** os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças e ou material apresentados.

**11.6.9.** a exequibilidade das peças e ou do material.

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

#### **11.7. Estratégia de Mídia e Não Mídia:**

**11.7.1.** o conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público prioritários;

**11.7.2.** a capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos;

**11.7.3.** a consistência do plano simulado de distribuição das peças e ou do material em relação às duas alíneas anteriores;

**11.7.4.** a pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos de comunicação próprios da Câmara Municipal de Cajamar;

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

**11.7.6.** a otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa.

#### **11.8. Capacidade de Atendimento**

**11.8.1.** o porte e a tradição dos clientes atuais das licitantes e o conceito de seus produtos e serviços no mercado;

- 11.8.2.**a experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias;
- 11.8.3.**a adequação das qualificações e das quantificações desses profissionais à estratégia de comunicação publicitária da Câmara Municipal de Cajamar;
- 11.8.4.**a adequação das instalações da infraestrutura e dos recursos materiais que estarão à disposição da execução do contrato;
- 11.8.5.**a operacionalidade do relacionamento entre a Câmara Municipal de Cajamar e a licitante, esquematizado na proposta;
- 11.8.6.**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 Cajamar, sem ônus adicional durante a vigência do contrato.

#### **11.9. Repertório:**

- 11.9.1.**a ideia criativa e sua pertinência ao problema que a licitante se propõe a resolver;
- 11.9.2.**a qualidade da execução e do acabamento da peça e ou material;
- 11.9.3.**a clareza da exposição das informações prestadas;

#### **11.10. Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação:**

- 11.10.1.** a evidência de planejamento publicitário;
  - 11.10.2.** a consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução;
  - 11.10.3.** a relevância dos resultados apresentados;
  - 11.10.4.** a concatenação lógica da exposição.
- 11.11.** A pontuação da Proposta Técnica está limitada a 100 (cem) e será apurada segundo a metodologia descrita neste Termo de Referência.



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

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

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

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

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

## **12. DA VALORAÇÃO DAS PROPOSTAS DE PREÇOS**

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

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

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

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

**12.3.2. 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;

**12.3.3. 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.

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

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

### **13. DO VALOR, PRAZO, VIGÊNCIA E DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA**

#### **Do Valor Estimado**

- 13.1.** O valor estimado da presente contratação, conforme definido no Estudo Técnico Preliminar (ETP), elaborado pelo setor demandante e aprovado pela respectiva autoridade superior, é de **R\$ 1.400.000,00 (um milhão e quatrocentos mil reais)** por ano.

**13.1.1.** Este valor foi estabelecido considerando a natureza peculiar e predominantemente intelectual dos serviços de publicidade, conforme preconiza a Lei Federal n.º 12.232, de 2010, que define a publicidade como um conjunto de atividades integradas, dificultando a quantificação prévia por itens unitários e, conseqüentemente, a obtenção de cotações comparáveis por meio de pesquisa direta com fornecedores para o objeto como um todo.

- 13.2.** Em observância ao disposto no Art. 6º, inciso XXIII, alínea "i", e no Art. 23 da Lei Federal n.º 14.133, de 2021, combinado com ao Art. 40, § 1º, da Resolução n.º 256, de 2025, que estabelece os parâmetros para a definição do valor estimado, realizou-se a devida diligência na pesquisa de preços e, dada a característica de serviços integrados e de natureza predominantemente intelectual que inviabiliza a aplicação do inciso IV do § 1º do Art. 40 da Resolução n.º 256/2025 (pesquisa direta com fornecedores para o objeto global), a pesquisa priorizou os incisos I e II do referido parágrafo, buscando comparativos em bancos de dados públicos e contratações similares. Contudo, a aplicação desses parâmetros para a contratação de agências de publicidade apresentou os seguintes resultados, confirmando a dificuldade de encontrar comparativos diretos e plenamente adequados além da ausência de parâmetros vinculados a contratações de mesmo objeto anteriores pela Câmara Municipal de Cajamar.

**13.2.1.** A memória de cálculo para esta estimativa baseou-se em uma análise de mercado e em dados de contratações similares realizadas por outras entidades públicas, em conformidade com o Art. 40 da Resolução n.º 256/2025. A saber, foram considerados valores investidos em publicidade por Câmaras Municipais, Prefeituras e demais Entidades vinculadas localizadas no Estado de São Paulo bem como nas demais Unidades da Federação.

**13.2.2.** Para a pesquisa, procedeu-se à busca no Catálogo de Compras do Governo Federal, utilizando o código de serviço 892 (PROPAGANDA E PUBLICIDADE), pertencente ao grupo 836. O resultado dessa busca, na ferramenta Banco de Preços, apontou apenas a contratação da Prefeitura de Assis, por meio da Fundação Educacional de Assis – FEMA (R\$ 1.500.000,00), como diretamente enquadrada no código de serviço abrangente. Os demais resultados encontrados tratavam-se de serviços decorrentes do contrato de publicidade e propaganda, como inserções em rádio e/ou televisão, publicidade volante em carro de som e outros serviços correlatos, que não representam a totalidade da contratação de uma agência especializada.

**13.2.3.** Adicionalmente, realizou-se busca com o mesmo código 892 no portal Painel de Preços ([paineldeprecos.planejamento.gov.br](http://paineldeprecos.planejamento.gov.br)), o qual listou apenas um resultado: o da Companhia de Saneamento Ambiental do Distrito Federal – Caesb, no valor de R\$ 12.000.000,00 (doze milhões de reais). Não suficiente, buscou-se no site do Portal Nacional de Contratações Públicas ([pnpc.gov.br](http://pnpc.gov.br)), na aba de CONTRATOS, a palavra-chave "propaganda", com filtros ativos de "Poder Legislativo" e UF "SP". Embora a pesquisa tenha exibido alguns resultados, estes não se mostraram adequados para a presente demanda, tendo em vista que se tratavam, também, de serviços de inserções ou contratações que não ocorreram pela Lei n.º 12.232/2010, que rege a contratação de agências de publicidade.

**13.2.4.** Para além disso, a fim de dar robustez ao levantamento de contratações similares, realizou-se busca no sítio *google* com os seguintes termos “*contratação de agência de publicidade estado de sp 2025*”, cujos registros de imagem constam dos autos desse processo. Tal busca resultou em poucos registros de contratações de mesmo objeto, o que serviu de base para a compreensão dos valores praticados pelo mercado na prestação de serviços semelhantes perante à Administração Pública.

**13.2.5.** Por conseguinte, ao se avançar para as demais páginas do buscador *google*, foram identificados novos resultados para o objeto em questão, qual seja a relação:

- **Câmara Municipal de Bertiooga/SP:** Processo Administrativo n.º 212/2023, Contrato Adm. n.º 33/2023 – despesas estimadas em R\$ 1.800.000,00 para 12 meses;
- **Câmara Municipal de Águas Lindas de Goiás/GO:** Concorrência Pública n.º 1/2025 (Id contratação PNCP: 01710312000151-1-000020/2025) – despesas estimadas em R\$ 2.000.000,00 para 12 meses;
- **Câmara Municipal de São Caetano do Sul/SP:** Proc. CM n.º 0342/2023 – Concorrência 02/2023 (Técnica e Preço) – despesas estimadas em R\$ 3.200.000,00 para 12 meses; e
- **Prefeitura Municipal de Cajamar/SP:** Processo Administrativo: 7.392/2021 – CONCORRÊNCIA PÚBLICA n.º 09/2021 – Contrato: 114/2021 – despesas estimadas em R\$ 3.200.000,00 para doze meses.

**13.2.6.** Vale dizer que os valores encontrados nas pesquisas de preços realizadas tanto na fase de construção do Estudo Técnico Preliminar (ETP) quanto na fase de elaboração deste Termo de Referência demonstraram que, independentemente da esfera, foi possível identificar uma faixa de contratação, aproximada, entre R\$ 800.000,00 (oitocentos mil reais)<sup>3</sup> até R\$

---

<sup>3</sup> Contrato n.º 03/25, Processo 57/24, Concorrência n.º 90001/24.

5.700.000,00 (cinco milhões e setecentos mil reais)<sup>4</sup>, o que mostra que o racional para o montante da verba total para publicidade revela-se razoável e proporcional às necessidades de comunicação da Câmara Municipal de Cajamar, sem detalhamento apriorístico de repartição orçamentária entre meios ou etapas de produção.

- 13.3.** Assim sendo, o valor estimado total anual de **R\$ 1.400.000,00 (um milhão e quatrocentos mil reais)** foi mantido conforme a estimativa definida no Estudo Técnico Preliminar. Reitera-se que o objetivo, neste contexto, foi assegurar que a pesquisa de preços fosse conduzida de acordo com as diretrizes da Resolução n.º 256/2025, sem opinar sobre o mérito da especificidade da quantia, que é uma prerrogativa e responsabilidade do setor demandante e da autoridade superior que aprovou o respectivo documento de planejamento da contratação.

#### **Da Dotação Orçamentária**

- 13.4.** Para a prestação dos serviços de publicidade elencados neste Termo de Referência, será contratada 01 (uma) agência, cujo crédito orçamentário para a execução dos serviços durante o exercício de 2026 está estimado em **R\$ 1.400.000,00 (um milhão e quatrocentos mil reais)**.
- 13.5.** A dotação orçamentária para a execução do contrato a partir do exercício financeiro de 2026 correrá sob o código **01.01.01-01.031.0001.2102-3.3.90.39** (outros serviços de terceiros / pessoa jurídica), conforme consta na Lei n.º 2193/2025 de 13 de novembro de 2025 (Lei Orçamentária Anual - LOA - 2026).
- 13.6.** Destaca-se que esta subscrição orçamentária é atualmente utilizada pela Câmara Municipal de Cajamar para cobrir contratos recorrentes de manutenções diversas e outras instalações.

#### **Do prazo de Vigência**

- 13.7.** O prazo de vigência da presente contratação será de 12 (doze) meses, contados da data de assinatura do Contrato, podendo ser prorrogado, a critério

---

<sup>4</sup> Processo CPL n.º 023/2022, SIM n.º 415/2023, Concorrência Pública n.º 003/2022.

da administração, segundo as disposições do artigo 107 da Lei 14.133/21 e suas alterações.

#### **14. DAS CONDIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO**

**14.1.** Poderão participar de esta Concorrência as agências de propaganda que atendam às condições deste Edital e apresentem os documentos nele exigidos.

**14.2. Não poderão participar, direta ou indiretamente, desta licitação:**

**14.2.1.** empresas cujo objeto social não seja pertinente e compatível com o objeto deste Edital;

**14.2.2.** empresas que se encontrem em processo de dissolução, fusão, cisão ou incorporação;

**14.2.3.** empresas em regime de consórcio, qualquer que seja sua forma de constituição, e empresas controladas, coligadas, interligadas ou subsidiárias entre si;

**14.2.4.** empresas que tenham sócios, gerentes ou responsáveis técnicos que sejam servidores ou dirigentes de órgão ou entidade da Administração Pública Municipal de Cajamar;

**14.2.5.** empresa suspensa ou impedida de participar de licitação e impedidas de contratar com o Município de Cajamar durante o prazo da sanção aplicada;

**14.2.6.** empresas declaradas inidôneas para licitar com a Administração Pública, direta e indireta, Federal, estadual ou Municipal, enquanto perdurarem os motivos determinantes da punição ou até que seja promovida a reabilitação.

**14.2.7.** sociedades estrangeiras não autorizadas a funcionar no País;

**14.2.8.** empresas integrantes de um mesmo grupo econômico, assim entendidas aquelas que tenham diretores e ou sócios comuns.

**14.2.9.** pessoas jurídicas constituídas sob a forma de cooperativa.

## 15. DAS DISPOSIÇÕES GERAIS

**15.1.** O futuro procedimento licitatório será processado e julgado por Comissão de Contratação criada por meio de Ato da Presidência n.º 13/2025 e Portaria n.º 99/2025, com exceção da análise e julgamento das Propostas Técnicas, na forma da Lei n.º 12.232/10, instituída sob a égide da Lei n.º 14.133/2021.

### **Das Impugnações, Pedidos de Esclarecimentos e Recursos**

**15.2.** O presente Termo de Referência e o Edital poderão ser impugnados por qualquer pessoa ou ser objeto de solicitação de esclarecimentos sobre seus termos, no prazo de até 03 (três) dias úteis antes da data de abertura do certame.

**15.3.** A resposta à impugnação, bem como a resposta ao pedido de esclarecimentos, será divulgada em sítio eletrônico oficial da Câmara Municipal de Cajamar/SP, no prazo de até 3 (três) dias úteis, limitado ao último dia útil anterior à data da abertura do certame.

**15.4.** Dos atos da Administração decorrentes do processo licitatório, caberá recurso, no prazo de 3 (três) dias úteis, contado da data de intimação ou de lavratura da ata, em face de:

**15.4.1.** Julgamento das propostas técnicas;

**15.4.2.** Julgamento das propostas de preço;

**15.4.3.** Ato de habilitação ou inabilitação de licitante;

**15.4.4.** Anulação ou revogação da licitação.

**15.5.** A intenção de recorrer deverá ser manifestada imediatamente após o ato que gerou a insatisfação, sob pena de preclusão. O recurso, nesse caso, deve ser interposto com as razões recursais, no prazo de **3 (três) dias úteis** da data de intimação ou de lavratura da ata do respectivo ato.



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

Cajamar, 18 de novembro de 2025.

SILVIA ALMEIDA VILHENA

Agente de Contratação

**CONCORRÊNCIA PRESENCIAL N.º 1/2025**

**PROCESSO N.º 2219/2025**

**ANEXO IV - BRIEFING TÉCNICO**

**CAMPANHA DE PRESTAÇÃO DE CONTAS**

*Este documento tem como objetivo orientar as agências de comunicação interessadas em participar do processo licitatório da Câmara Municipal de Cajamar, detalhando as informações necessárias para a elaboração de uma campanha publicitária ficcional, que demonstrará sua capacidade técnica e artística, bem como a criatividade no planejamento de suas ações. As peças e campanhas desenvolvidas deverão atender às especificações contidas neste briefing.*

**1. DA INTRODUÇÃO**

O presente briefing contém as informações vigentes para as agências de propaganda interessadas em participar do respectivo processo licitatório, cujo objetivo é a contratação de serviços de comunicação, publicidade e divulgação que contemple o Poder Legislativo de Cajamar.

Nesse sentido, as ações, por meio de campanhas e outros meios, estarão sempre vinculadas às demandas da Câmara Municipal e deverão ter como objetivo o interesse público além do caráter educativo, priorizando as normas de comunicação vigentes.

A campanha vencedora poderá ou não ser utilizada pela administração pública em sua publicidade institucional.

**2. DO PROBLEMA DE COMUNICAÇÃO**

A falta de conhecimento por parte da população de Cajamar sobre o volume e o impacto das ações do poder legislativo local gera um distanciamento entre a Câmara Municipal e os cidadãos. Esse desafio comunicacional exige uma abordagem que esclareça de forma objetiva e acessível os dados da produção legislativa, reforçando a transparência e incentivando a participação da comunidade nas decisões que impactam o cotidiano da cidade.

### **3. DO OBJETIVO DO BRIEFING**

Este documento visa orientar as agências de comunicação interessadas no processo de licitação promovido pela Câmara Municipal de Cajamar, cujo objetivo da contratação é a criação de uma campanha publicitária voltada à prestação de contas das atividades legislativas, com foco em informar a população, gerar visibilidade e reforçar o acompanhamento e a participação cidadã.

### **4. DO CONTEXTO GERAL**

Cajamar, cidade em expansão e com crescente interesse da população nos temas de gestão pública, busca estreitar os laços entre a Câmara Municipal e os munícipes. Desse modo, a campanha deve educar e informar a população sobre a atuação legislativa da Casa, o papel dos vereadores e os resultados entregues no período avaliado, alinhando-se ao compromisso com uma comunicação pública transparente e acessível.

### **5. DOS OBJETIVOS DA CAMPANHA**

A campanha deverá alcançar os seguintes objetivos:

- Informar a população sobre os resultados legislativos da Câmara Municipal de Cajamar;
- Valorizar o papel do Legislativo como agente público atuante e comprometido;
- Reforçar a imagem da Câmara como instituição transparente e acessível;
- Incentivar o engajamento cívico e a fiscalização popular;
- Aproximar os cidadãos da realidade legislativa e do impacto das decisões no município.

### **6. DAS DIRETRIZES DA CAMPANHA**

#### **6.1. Identidade Visual**

A campanha deverá utilizar as cores e símbolos oficiais da Câmara Municipal de Cajamar, com linguagem visual clara e acessível.

#### **6.2. Tom da Comunicação**

Educativo, institucional e direto, sem jargões técnicos, promovendo entendimento geral.

### 6.3. Alinhamento Institucional

Respeitar os valores e missão da Câmara, com foco no interesse público.

### 6.4. Inovação

A agência deve demonstrar capacidade técnica e criatividade na execução da campanha.

## 7. DO PÚBLICO-ALVO

Todos os moradores de Cajamar, com ênfase em:

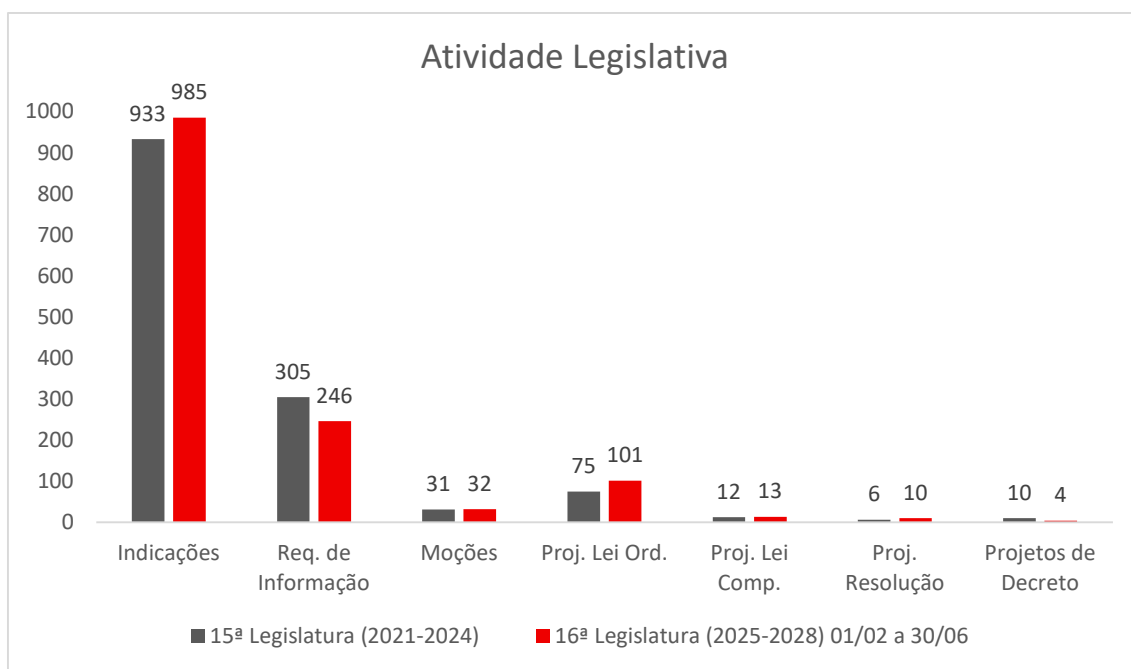
- Jovens adultos e lideranças locais;
- Cidadãos com interesse em gestão pública;
- Internautas e usuários de redes sociais.

## 8. DOS DADOS LEGISLATIVOS A SEREM COMUNICADOS

A campanha deverá transformar os seguintes indicadores legislativos em conteúdo acessível:

ÍTENS	15ª Legislatura (2021-2024)	16ª Legislatura (2025-2028) 01/02 a 30/06
INDICAÇÕES	933	985
REQUERIMENTOS	305	246
MOÇÕES	31	32
PROJETOS DE LEIS	75	101

ÍTEMS	15ª Legislatura (2021-2024)	16ª Legislatura (2025-2028) 01/02 a 30/06
PROJETOS DE LEIS COMPLEMENTARES	12	13
PROJETOS DE RESOLUÇÃO	6	10
PROJETOS DE DECRETO	10	4



É fundamental destacar que a comparação agora não é apenas de números absolutos, mas principalmente da **taxa de produtividade** em períodos drasticamente diferentes, conforme análise:

i. **Indicações:**

- **15ª Legislatura (4 anos / 48 meses):** 933 indicações (média de, aproximadamente, 19.4 indicações/mês)
- **16ª Legislatura (5 meses):** 985 indicações (média de 197 indicações/mês)

- **Análise:** Em apenas cinco meses, a 16ª Legislatura não só superou o número total de indicações de todo o mandato de quatro anos da legislatura anterior, como demonstrou uma **taxa de produção dez vezes maior**. Isso indica um volume e uma frequência de proposições extraordinariamente elevados.

ii. **Requerimentos de Informação:**

- **15ª Legislatura (4 anos / 48 meses):** 305 requerimentos (média de, aproximadamente, 6.3 requerimentos/mês)
- **16ª Legislatura (5 meses):** 246 requerimentos (média de 49.2 requerimentos/mês)
- **Análise:** Embora o número absoluto em 5 meses seja ligeiramente inferior ao total de 4 anos da legislatura anterior, a **taxa de produção mensal é quase oito vezes maior**. Isso aponta para uma busca por informações e fiscalização muito mais ativa e intensa por parte dos parlamentares na legislatura atual.

iii. **Moções:**

- **15ª Legislatura (4 anos / 48 meses):** 31 moções (média de, aproximadamente, 0.65 moções/mês)
- **16ª Legislatura (5 meses):** 32 moções (média de 6.4 moções/mês)
- **Análise Revisada:** Em um período de apenas 5 meses, a 16ª Legislatura já produziu mais moções do que a legislatura anterior em todo o seu mandato de quatro anos. Isso representa um **aumento brutal na taxa de apresentação de moções**, indicando maior reconhecimento ou manifestação de apoio/repúdio por parte dos vereadores.

iv. **Projetos de Lei Ordinária:**

- **15ª Legislatura (4 anos / 48 meses):** 75 projetos (média de, aproximadamente, 1.56 projetos/mês)

- **16ª Legislatura (5 meses):** 101 projetos (média de 20.2 projetos/mês)
- **Análise Revisada:** A 16ª Legislatura já superou significativamente o total de Projetos de Lei Ordinária da legislatura anterior em uma fração minúscula do tempo. Isso aponta para uma **intensa e acelerada atividade legislativa** na proposição de novas leis para o município.

v. **Projetos de Lei Complementar:**

- **15ª Legislatura (4 anos / 48 meses):** 12 projetos (média de, aproximadamente, 0.25 projetos/mês)
- **16ª Legislatura (5 meses):** 13 projetos (média de 2.6 projetos/mês)
- **Análise Revisada:** Assim como nas moções e PL Ordinários, a 16ª Legislatura em 5 meses já apresentou mais Projetos de Lei Complementar do que o total de 4 anos da legislatura anterior, demonstrando uma **taxa de proposição muito superior** para essa categoria, que geralmente trata de temas mais complexos e estruturais.

vi. **Projetos de Resolução:**

- **15ª Legislatura (4 anos / 48 meses):** 6 projetos (média de, aproximadamente, 0.125 projetos/mês)
- **16ª Legislatura (5 meses):** 10 projetos (média de 2 projetos/mês)
- **Análise:** Quase o dobro de Projetos de Resolução em apenas 5 meses comparado aos 4 anos anteriores. É um indicativo de **maior produção de normativas internas** ou atos de organização da própria casa legislativa, com uma taxa de produção significativamente mais alta.

vii. **Projetos de Decreto:**

- **15ª Legislatura (4 anos / 48 meses):** 10 projetos (média de, aproximadamente, 0.21 projetos/mês)
- **16ª Legislatura (5 meses):** 4 projetos (média de 0.8 projetos/mês)

- **Análise:** Esta é a única categoria onde o número absoluto na 16ª Legislatura (4 projetos) é menor que o total da 15ª Legislatura (10 projetos). No entanto, ao considerar a duração do período (5 meses vs. 4 anos), a **taxa de produção de Projetos de Decreto da 16ª Legislatura ainda é proporcionalmente mais alta** (0.8 por mês vs. 0.21 por mês).

## 9. DA ESTRATÉGIA DE MÍDIA

A campanha poderá utilizar canais digitais e impressos, explorando as redes sociais, o site institucional da Câmara, além de meios locais de mídia impressa e eletrônica. As agências deverão propor um plano de mídia com justificativas embasadas em dados de alcance, frequência e impacto.

## 10. DO PERÍODO DE VEICULAÇÃO E VERBA

- Período Simulado de Veiculação: 60 dias
- Praça: Município de Cajamar
- Verba estimada para simulação: R\$ 300.000,00 (trezentos mil reais)

## 11. DOS CANAIS DE COMUNICAÇÃO UTILIZADOS PELA CÂMARA MUNICIPAL

- **Página no Facebook:**

<https://www.facebook.com/share/19FTMsTgJM/?mibextid=wwXlfr>

- **Perfil no Instagram:**

<https://www.instagram.com/camaramunicipaldecajamar?igsh=MXduaGRka3h2cGdpaQ==>

- **Canal no YouTube:**

<https://youtube.com/channel/UCcurdBBB6oECOGKcFEIuKPA/C%3%A2maraCajamar?si=6WNCbLSgGp7IPt4d>

- **Site oficial da Câmara Municipal de Cajamar:**

 [cmdc.sp.gov.br](http://cmdc.sp.gov.br)

## 12. DOS ELEMENTOS E INFORMAÇÕES OBRIGATÓRIAS



- **Logotipo oficial da Câmara Municipal de Cajamar** na atual gestão (em formato digital a ser disponibilizado) está disponível no endereço:

<https://cajamar.sp.gov.br/cidade/brasao/>

- **Nome institucional completo** e menção ao período de apuração da campanha:  
  
“Câmara Municipal de Cajamar.”

Cajamar, 18 de novembro de 2025.

**CONCORRÊNCIA PRESENCIAL N.º 1/2025**

**PROCESSO N.º 2219/2025**

**ANEXO V - MINUTA DE CONTRATO**

**CONTRATO DE PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE  
PUBLICIDADE QUE ENTRE SI CELEBRAM A  
CÂMARA MUNICIPAL DE CAJAMAR/SP E A  
[.....], NA FORMA ABAIXO:**

A(O) **CÂMARA MUNICIPAL DE CAJAMAR**, pessoa jurídica de direito público, inscrita(o) no CNPJ sob o n.º 51.447.472-0001/28, com sede em Av. Professor Walter Ribas de Andrade, n.º 555, Vila Nova, Cajamar - SP, CEP: 07752-000, Cidade: Cajamar, UF: SP, neste ato representada pelo seu Presidente, **Sr. EDIVILSON LEME MENDES**, brasileiro, divorciado, inscrito no CPF n.º [REDACTED], residente e domiciliado nesta cidade, doravante denominada **CONTRATANTE**, e a empresa [.....], com sede em [.....], inscrita no CNPJ sob o n.º [.....], por seu representante legal, o(a) Senhor(a) [.....], [NACIONALIDADE], [ESTADO CIVIL], [PROFISSÃO], portador(a) do RG n.º [.....] e CPF n.º [.....], doravante denominada simplesmente CONTRATADA, resolvem celebrar o presente contrato de prestação de serviços de publicidade, objeto da Concorrência Presencial n.º 1/2025, Processo Administrativo n.º 2219/2025, submetendo-se as partes de acordo com as cláusulas, condições e obrigações seguintes:

**1. CLÁUSULA PRIMEIRA – DA LEGISLAÇÃO E DOS DOCUMENTOS VINCULADOS**

**1.1.** O presente contrato reger-se-á pelas disposições da Lei n.º 12.232, de 29 de abril de 2010, da Lei n.º 14.133, de 1º de abril de 2021, e, de forma complementar, da Lei n.º 4.680, de 18 de junho de 1965, do Decreto n.º 57.690, de 1º de fevereiro de 1966, do Decreto n.º 4.563, de 31 de dezembro de 2002, e da Resolução n.º 256, de 14 de maio de 2025, da Câmara Municipal de Cajamar/SP.

**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 Presencial n.º 1/2025 e seus Anexos, bem como as Propostas Técnica e de Preços apresentadas pela CONTRATADA.

## **2. CLÁUSULA SEGUNDA – DO OBJETO**

**2.1.** Constitui objeto da presente contratação a prestação de serviços de publicidade por intermédio de agência de propaganda, de interesse da Câmara Municipal de Cajamar/SP, 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 informar a população sobre a atuação da Câmara e fomentar o engajamento cívico e a transparência, difundindo ideias, princípios e iniciativas de interesse público.

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

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

**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 ambiente de atuação da Câmara Municipal de Cajamar/SP, o seu 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 assessoria de comunicação, imprensa e relações públicas, de promoção e de patrocínio e a realização de eventos festivos de qualquer natureza.

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

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

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

**2.4.** A CONTRATADA atuará de acordo com solicitação da CONTRATANTE, a pedido do Gabinete da Presidência da Câmara Municipal de Cajamar/SP, ou quem ela designar.

**2.5.** Os pedidos de criação, produção e veiculação serão formalizados por meio de e-mail.

### **3. CLÁUSULA TERCEIRA – DA VIGÊNCIA E DA PRORROGAÇÃO**

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

**3.1.1.** A CONTRATANTE poderá optar pela prorrogação desse prazo, mediante acordo entre as partes, nos termos da cláusula **3.1** supra.

**3.1.2.** No interesse da Câmara Municipal de Cajamar/SP, 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 125 da Lei n.º 14.133/2021.

#### **4. CLÁUSULA QUARTA – DOS RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS**

**4.1.** As despesas a serem realizadas pela CONTRATADA nos primeiros 12 (doze) meses estão estimadas **em R\$ 1.400.000,00 (um milhão e quatrocentos mil reais)**.

**4.2.** O crédito orçamentário para a execução dos serviços durante o exercício de 2026 correrá por conta da seguinte dotação orçamentária: **01.01.01-01.031.0001.2102-3.3.90.39** (outros serviços de terceiros / pessoa jurídica).

**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.

#### **5. 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, abrangendo 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 informar a população sobre a atuação da Câmara e fomentar o engajamento cívico e a transparência, difundindo ideias, princípios e iniciativas de interesse público.

**5.1.2.** 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.

**5.1.3.** 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.

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

**5.1.4.1.** 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.

**5.1.4.1.1.** O disposto no subitem **5.1.4.1** não abrange os planos de incentivo eventualmente concedidos por veículos à CONTRATADA, nos termos do artigo 18 da Lei n.º 12.232/2010.

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

**5.1.4.1.3.** 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.

**5.1.4.1.3.1.** O desrespeito ao disposto no subitem **5.1.4.1.3** 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.

**5.1.5.** Negociar sempre as melhores condições de preço, até os percentuais máximos constantes dos subitens **8.1.2**, **8.1.3** e **8.1.4** 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.

**5.1.6.** Observar as 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 Cajamar/SP, 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, de igual nível técnico;

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.

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

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

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

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

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

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

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

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



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

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

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

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

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

**5.1.9.** Apresentar à CONTRATANTE para aprovação do Plano de Mídia de cada campanha ou ação, relação dos meios, praças e veículos dos quais será possível e dos quais se revela impossível obter o relatório de checagem de veiculação a cargo de empresa independente, para fins do disposto no subitem **11.4** e as justificativas que demonstrem tal impossibilidade, com o fim de atender ao disposto no artigo 15 da Lei n.º 12.232/2010.

**5.1.10.** Apresentar à CONTRATANTE como alternativa ao subitem **5.1.9**, estudo prévio sobre os meios, praças e veículos dos quais será possível e dos quais se revela impossível obter o relatório de checagem de veiculação a cargo de empresa independente, para fins do disposto no subitem **11.4** e as justificativas que demonstrem tal impossibilidade, com o fim de atender ao disposto no artigo 15 da Lei n.º 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, serão de responsabilidade da CONTRATADA, devendo ser apresentado sob forma de Relatório de Checagem de Veiculação, não gerando quaisquer ônus para a CONTRATANTE, devendo, na impossibilidade, apresentar uma declaração de que efetivamente foi veiculado nas mídias, sob as penas da lei.

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

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

- a)** TV e Cinema: cópias em Betacam e/ou arquivos digitais;
- b)** internet: cópias em arquivos digitais;
- c)** Rádio: cópias em arquivos digitais;
- d)** Mídia impressas e material publicitário: cópias digitais.

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

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

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

- 5.1.14.** Entregar à CONTRATANTE, até o dia 10 (dez) do mês subsequente, relatório das despesas de produção e veiculação autorizadas no mês anterior e relatório dos serviços em andamento, estes com os dados mais relevantes para avaliação de seu estágio.
- 5.1.15.** Registrar, em relatório de atendimento, todas as reuniões e telefonemas de serviços entre a CONTRATANTE e a CONTRATADA, com o objetivo de tornar transparentes os entendimentos havidos e também para que ambos tomem as providências necessárias do desempenho de suas tarefas e responsabilidades.
- 5.1.15.1.** Esses relatórios deverão ser enviados pela CONTRATADA à CONTRATANTE até o prazo máximo de 02 (dois) dias úteis após a realização do contato.
- 5.1.15.2.** Se houver incorreção no registro dos assuntos tratados, a CONTRATANTE solicitará a necessária correção, no prazo máximo de 02 (dois) dias úteis, a contar da data do recebimento do respectivo relatório.
- 5.1.16.** Tomar providências, imediatamente em casos de alterações, rejeições, cancelamentos ou interrupções de um ou mais serviços, mediante comunicação da CONTRATANTE, respeitadas as obrigações contratuais já assumidas com fornecedores e veículos e os honorários da 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 n.º 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 esta tenha sido obrigada 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.
- 5.1.32.** Respeitar as normas e princípios ambientais, minimizando os efeitos dos danos ao meio ambiente, utilizando tecnologias e materiais ecologicamente corretos, adotando, na execução dos serviços, boas práticas de sustentabilidade ambiental, de otimização de recursos, de redução de desperdícios e de redução da poluição, na forma do disposto no artigo 144 da Lei n.º 14.133/2021. Adicionalmente, a CONTRATADA será responsável pela logística reversa dos produtos, embalagens e serviços pós-consumo

gerados em decorrência da execução contratual, no limite da proporção que fornecer à CONTRATANTE, assumindo a responsabilidade pela destinação final ambientalmente adequada, conforme a legislação atual.

## **6. CLÁUSULA SEXTA – DAS 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)** reservar-se o direito de executar ou não a totalidade do valor estimado para a presente contratação, conforme sua conveniência e oportunidade, e de acordo com a disponibilidade orçamentária e a demanda efetiva por serviços. A estimativa de valor não implica em obrigação de gasto integral por parte da CONTRATANTE.

**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.

## **7. CLÁUSULA SÉTIMA – DA FISCALIZAÇÃO E ACEITAÇÃO**

**7.1.** A CONTRATANTE fiscalizará a execução dos serviços contratados e verificará o cumprimento das especificações técnicas, podendo rejeitá-lo, no todo ou em parte, quando não corresponderem ao desejado ou especificado, com anuência do Gabinete da Presidência da Câmara Municipal de Cajamar/SP.

**7.1.1.** As Fiscais de contrato serão as servidoras **HENI DIAS DE MORAES** e **DINÁ ROBERTA CONSTANTINO BELIZÁRIO** e a Gestora do contrato será a servidora **CELIA DA SILVA ARRUDA PRAMPOLIM**, conforme disposições do Termo de Referência e legislações aplicáveis, para executar a fiscalização deste contrato e registrar em relatório todas as ocorrências, deficiências, irregularidades ou falhas porventura observadas na execução dos serviços e terão poderes, entre outros, para notificar a CONTRATANTE, objetivando sua imediata correção com a anuência do Gabinete da Presidência da Câmara Municipal de Cajamar/SP.

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

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

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

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

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

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

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

## **8. CLÁUSULA OITAVA – DA 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 (SINAPRO/SP), com a concessão do desconto de ..... X% (..... por cento) sobre os valores da referida tabela.

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

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



- 8.1.4.** Percentual de honorários de ..... X% (..... por cento) incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material.
- 8.1.5.** Percentual de remuneração de ..... X% (..... por cento) incidente sobre veiculação de mídia digital intermediada pela CONTRATADA, nos casos em que os veículos 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 **8.1.4** serão calculados sobre o preço efetivamente faturado, a ele não acrescido o valor dos tributos cujo recolhimento seja de competência da CONTRATADA.
- 8.3.** Despesas com deslocamento de profissionais da CONTRATADA, de seus representantes ou de fornecedores por ela contratados, serão de sua exclusiva responsabilidade. Eventuais exceções, no exclusivo interesse da CONTRATANTE, poderão vir a ser ressarcidas por seu valor líquido e sem cobrança de honorários pela CONTRATADA, desde que antecipadamente orçadas e aprovadas pela CONTRATANTE.
- 8.4.** Quando houver ressarcimento de despesas com deslocamento de profissionais da CONTRATADA, de seus representantes ou de fornecedores por ela contratados, deverão ser apresentados comprovantes de passagens, diárias, locação de veículos, entre outros, a fim de aferir a execução da despesa e assegurar seu pagamento pelo líquido, sem a incidência de honorários.
- 8.5.** A CONTRATADA não fará jus a nenhuma remuneração ou desconto de agência quando da utilização, pela CONTRATANTE, de créditos que a esta tenham sido

eventualmente concedidos por veículos de divulgação, em qualquer ação publicitária pertinente a este contrato.

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

## **9. CLÁUSULA NONA – DO DESCONTO DE AGÊNCIA E REMUNERAÇÃO DE MÍDIA**

**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 n.º 4.680/65 e artigo 11 do Decreto n.º 57.690/66, bem como pelos itens **2.5** e **2.5.1** das Normas-Padrão da Atividade Publicitária.

**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 n.º 12.232/2010.

**9.3.** A CONTRATANTE reconhece que o valor correspondente ao desconto-padrão de agência (20% do valor da mídia) constitui receita da CONTRATADA, não sendo, para quaisquer fins, faturado e contabilizado pelos veículos de divulgação como receita própria. A CONTRATANTE efetuará o pagamento do valor total da mídia, sendo 80% (oitenta por cento) referente ao veículo e 20% (vinte por cento) referente à CONTRATADA, mediante emissão das respectivas notas fiscais, sem que isso represente aumento de despesa para a CONTRATANTE.

## **10. CLÁUSULA DÉCIMA – DOS DIREITOS AUTORAIS**

**10.1.** A CONTRATADA cede à CONTRATANTE, total e definitivamente, os direitos patrimoniais do autor das ideias (incluídos os estudos, análises e planos), campanhas, peças e demais materiais de publicidade, de sua propriedade, de seus empregados ou prepostos, concebidos, criados e produzidos em decorrência do contrato que vier a ser firmado, sem qualquer remuneração adicional ou especial, mesmo após o término da vigência do contrato.

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

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

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

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

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

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

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

- 10.2.3.** Quando da reutilização de quaisquer peças publicitárias, conforme previsto nos subitens **10.2.1.1.** e **10.2.2.** o valor a ser pago pela CONTRATANTE será negociado caso a caso, tendo como parâmetros básicos e qualidade e os preços praticados no mercado, obedecidos os percentuais máximos definidos neste contrato.
- 10.3.** Qualquer remuneração devida em decorrência da cessão dos direitos patrimoniais de autor e conexos será sempre considerada como já incluída no custo de produção.
- 10.4.** A CONTRATADA se obriga a fazer constar, em destaque, os preços dos cachês, os de cessão de direito de uso de obras consagradas, incorporadas à peça e os de cessão dos demais direitos patrimoniais de autor e conexos, nos orçamentos de produção aprovados pela CONTRATANTE, após os procedimentos previstos no subitem **5.1.6.**
- 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.

## **11. CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA – DA LIQUIDAÇÃO, DO ÍNDICE DE REAJUSTE E DO PAGAMENTO DE DESPESAS**

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

I – a correspondente nota fiscal, que será emitida sem rasura, em letra bem legível, em nome da CONTRATANTE, CNPJ n.º 51.447.472/0001-28, da qual constará o número deste contrato e as informações para crédito no Banco [.....] agência [.....], conta corrente n.º [.....] 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, no seguinte endereço eletrônico: [tesouraria@camaracajamar.sp.gov](mailto:tesouraria@camaracajamar.sp.gov).

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

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

I – **para os serviços executados pela CONTRATADA relativos à:**

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

b) execução de serviços internos: deverá apresentar os documentos de cobrança de que tratam os incisos I e III do subitem 11.1.

**II – para os serviços especializados prestados por fornecedores e veiculação relativos à:**

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 inciso II 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 n.º 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**, devidamente atestados pelo Fiscal do Contrato, mediante boleto bancário **OU** outro critério de pagamento previamente adotado pela Câmara Municipal de Cajamar.

**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 – para 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 – para Mídia Exterior:**

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

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



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

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

**11.4.2.** As formas de comprovação de veiculação em mídias não previstas nos incisos I, II e III do subitem **11.4.1.** serão estabelecidas formalmente pela CONTRATANTE antes da aprovação do respectivo Plano de Mídia.

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

**11.7.1.** A CONTRATANTE não pagará nenhum acréscimo por atraso de pagamento decorrente de fornecimento de serviços, por parte da CONTRATADA, com

ausência total ou parcial da documentação hábil ou pendente de cumprimento de quaisquer cláusulas constantes deste Contrato.

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

**11.9.** Os pagamentos a fornecedores e veículos por serviços prestados serão efetuados pela CONTRATADA em até 15 (quinze) dias após o recebimento da ordem bancária da CONTRATANTE pela agência bancária pagadora, sendo que a efetivação de tais pagamentos ocorrerá após a retenção, pela CONTRATADA, da parcela do valor correspondente a sua remuneração.

**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.** 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 Caracterizada a inexecução contratual pelos motivos expressos no subitem 11.9.2.

**11.9.2.2.** Para preservar o direito dos fornecedores e veículos em receber com regularidade pelos serviços prestados e pela venda de tempo e

ou espaço, a CONTRATANTE poderá instituir procedimento alternativo de controle para efetuar os pagamentos mediante repasse, pela CONTRATADA, dos valores correspondentes aos fornecedores e veículos, em operações bancárias concomitantes.

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

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

## **12. CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA – DA GARANTIA**

**12.1.** A CONTRATADA prestará garantia, em favor da CONTRATANTE, no valor correspondente a 5% (cinco por cento) do valor inicial do contrato, estimado em **R\$ 1.400.000,00 (um milhão e quatrocentos mil reais)**, em uma das modalidades previstas no § 1º do artigo 96 da Lei Federal n.º 14.133/2021, observando os prazos e condições estabelecidos nos subitens seguintes.

**12.1.1.** Para as modalidades de garantia, exceto o seguro-garantia, a prestação deverá ocorrer em até 10 (dez) dias úteis a partir da data de convocação para assinatura do Termo de Contrato.

**12.1.2.** Na hipótese de a garantia ser prestada por meio de seguro-garantia, a apólice deverá indicar a Contratante como beneficiária e ser apresentada no prazo de 1 (um) mês, contado da data de homologação da licitação e anterior à assinatura do contrato, nos termos do § 3º do art. 96 da Lei Federal n.º 14.133/2021.

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

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

**12.4.** Na hipótese de prorrogação deste contrato, a CONTRATANTE exigirá nova garantia, escolhida pela CONTRATADA entre as modalidades previstas na Lei n.º 14.133/2021.

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

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

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

### **13. CLÁUSULA DÉCIMA TERCEIRA – DAS 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, conforme a Lei n.º 14.133/2021 e a Resolução n.º 256/2025:

I – **advertência**, quando a Contratada descumprir qualquer obrigação contratual ou quando forem constatadas irregularidades de pouca gravidade, para as quais tenha concorrido diretamente;

II – **multa** de:

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

**b)** até 10% sobre o valor remanescente do contrato ou instrumento equivalente, para atraso superior a 10 dias, caracterizando-se inexecução parcial;

c) até 20% do valor do contrato, para casos de inexecução total.

III – **impedimento de licitar** e contratar com a Administração Pública direta e indireta de todos os entes federativos, pelo prazo máximo de 3 (três) anos, bem como as faltas graves que impliquem a rescisão unilateral do contrato ou instrumento equivalente, na forma do disposto no parágrafo 4º do artigo 156 da Lei n.º 14.133/2021.

IV – **declaração de inidoneidade** para licitar ou contratar com a Administração Pública direta e indireta de todos os entes federativos, pelo prazo mínimo de 3 (três) anos, na forma do disposto no parágrafo 5º do artigo 156 da Lei n.º 14.133/2021.

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

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

**13.2.** A aplicação das sanções observará as seguintes disposições:

I – as multas e a advertência serão aplicadas pelo Presidente da Câmara por intermédio do Gestor/Fiscal do contrato;

II – caberá ao Presidente da Câmara aplicar a pena de impedimento de licitar e ou contratar com a Administração Pública 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 à execução 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.
- 13.5.** O atraso injustificado superior a 30 (trinta) dias na entrega de material ou execução de serviços caracterizará inexecução total deste contrato.
- 13.6.** 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.** 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.
- 13.7.1.** 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 caberá recurso, no prazo de 5 (cinco) dias úteis, contado do primeiro dia útil subsequente ao do recebimento da comunicação.
- 13.8.1.** O recurso referente à aplicação de sanções deverá ser dirigido à autoridade imediatamente superior, por intermédio daquela responsável pela sua aplicação, a qual poderá reconsiderar sua decisão, no prazo de 5 (cinco) dias úteis ou, nesse mesmo prazo, fazê-lo subir, devidamente

informado, devendo, neste caso, a decisão ser proferida dentro do prazo de 5 (cinco) dias úteis, contado do recebimento do recurso, conforme especificado a seguir:

**a) as multas e a advertência:** pelo Presidente da Câmara por intermédio do Gestor/Fiscal do contrato;

**b) impedimento do direito de licitar ou contratar com a Administração Pública:** ao Presidente da Câmara Municipal de Cajamar/SP.

**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 n.º 14.133/2021, 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.

**13.12.** A personalidade jurídica da CONTRATADA poderá ser desconsiderada nos termos da Lei n.º 14.133/2021, caso seja utilizada com abuso de direito para facilitar, encobrir ou dissimular a prática de atos ilícitos ou para provocar confusão patrimonial, estendendo-se os efeitos das sanções aos administradores e sócios com poderes de administração, bem como à pessoa jurídica sucessora ou empresa do mesmo ramo com relação de coligação ou

controle, de fato ou de direito, sempre observados os princípios do contraditório, da ampla defesa e da obrigatoriedade de análise jurídica prévia.

#### **14. CLÁUSULA DÉCIMA QUARTA – DA RESCISÃO**

**14.1.** O presente contrato poderá ser extinto pelos motivos previstos e nas formas estabelecidas no artigo 137 e seguintes, todos da Lei n.º 14.133/2021.

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

- a)** For atingido por protesto de título, execução fiscal ou outros fatos que comprometam a sua capacidade econômico-financeira;
- b)** For envolvida em escândalo público e notório;
- c)** Quebrar o sigilo profissional.
- d)** Utilizar, em benefício próprio ou de terceiros, informações não divulgadas ao público e às quais tenha acesso por força de suas atribuições contratuais;
- e)** Não prestar garantia suficiente para garantir o cumprimento das obrigações contratuais;
- f)** Motivar a suspensão dos serviços por parte de autoridades competentes, caso em que responderá por eventual aumento de custos daí decorrentes e por perdas e danos que a CONTRATANTE, como consequência, venha a sofrer;
- g)** Deixar de comprovar sua regularidade fiscal, inclusive contribuições previdenciárias e depósitos do FGTS, para com seus empregados, na forma definida neste contrato;
- h)** Vier a ser declarada inidônea por qualquer órgão da Administração Pública;
- i)** Não comprovar a qualificação técnica de funcionamento prevista no artigo 4º da Lei n.º 12.232/2010;
- j)** Deixar de atender ao disposto nos subitens **5.1.6.1**, **11.9** e **11.9.1**.

**14.2.** Fica expressamente acordado que, em caso de rescisão, nenhuma remuneração será cabível, a não ser o ressarcimento de despesas autorizadas



pela CONTRATANTE e comprovadamente realizadas pela CONTRATADA, previstas no presente contrato.

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

## **15. CLÁUSULA DÉCIMA QUINTA – DAS DISPOSIÇÕES GERAIS**

- 15.1.** O presente contrato é regido pelas normas da Lei Federal n.º 12.232/2010 e, complementarmente, pelas Leis n.º 14.133/2021, n.º 4.680/65, pelo Decreto Federal n.º 57.690/66, Resolução CMDC n.º 256/2025 e Decreto Federal n.º 4563/2002.
- 15.2.** Na contagem dos prazos estabelecidos neste contrato excluir-se-ão o dia de início e incluir-se-á a do vencimento, prorrogando-se este, automaticamente, para o primeiro dia útil, se recair em dia sem expediente.
- 15.3.** Ficam fazendo parte integrante deste contrato o Edital, seus Anexos e a Proposta de Preços da CONTRATADA, aos quais as partes estão vinculadas.
- 15.4.** A CONTRATADA se obriga a manter, durante toda a execução deste contrato, em compatibilidade com as obrigações por ela assumidas, todas as condições de habilitação e qualificação exigidas na licitação.

## **16. CLÁUSULA DÉCIMA SEXTA – DO FORO**

- 16.1.** As questões decorrentes da execução deste contrato que não puderem ser dirimidas administrativamente serão processadas e julgadas no foro da Comarca de Cajamar/SP.

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

Cajamar/SP, [.....] de [.....] de 2025.

**CONTRATANTE:**

CÂMARA MUNICIPAL DE CAJAMAR/SP

---

EDIVILSON LEME MENDES

Presidente

**CONTRATADA:**

[.....]

---

[NOME DO REPRESENTANTE LEGAL]

[CARGO DO REPRESENTANTE LEGAL]

Testemunhas:

Nome: \_\_\_\_\_

CPF: \_\_\_\_\_

Nome: \_\_\_\_\_

CPF: \_\_\_\_\_