



PREFEITURA MUNICIPAL DE ORLÂNDIA

Estado de São Paulo

PÇA. CEL. ORLANDO, 600 - CX. POSTAL, 77 - CEP 14620-000 - FONE PABX (16) 3820-8000

CONCORRENCIA PÚBLICA N.º 002/2019

A **PREFEITURA MUNICIPAL DE ORLÂNDIA**, do Estado de São Paulo, inscrita no CNPJ/MF sob o nº 45.351.749/0001-11, inscrita na I.E nº 491.040.101.110, por determinação do Excelentíssimo Senhor Prefeito Municipal **SR. OSWALDO RIBEIRO JUNQUEIRA NETO**, no uso de suas atribuições legais, torna público que, nas datas, horário e local abaixo assinalados, fará realizar licitação na modalidade de **CONCORRENCIA PÚBLICA N.º 002/2019** com critério de julgamento de **TÉCNICA E PREÇO**, em conformidade com as disposições deste Edital e respectivos Anexos.

REGÊNCIA E REGIME

Regência: Lei nº 12.232 de 29 de abril de 2010, Lei 4.680 de 18 de junho de 1965, Decreto 57.690/66 e Lei nº 8.666/93 na Lei Orgânica do Município de Orlandia, e demais normas legais pertinentes.

Tipo de licitação: Técnica e Preço

Regime de execução: Indireta

Repartição interessada: Gabinete do Prefeito

Dotação Orçamentária: 3.3.90.39.00.00.00.00.01.0110 – 04.122.003

Prazos de Execução e Vigência do Contrato: 12 (doze) meses, prorrogáveis conforme a Lei nº 8666/93, a partir de **16 de Outubro (10) de 2019** – quando vence o atual contrato com o mesmo objeto – ou de sua assinatura, se esta ocorrer após aquela data, podendo ser prorrogado, nos termos e condições definidos no artigo 57, II, da Lei nº 8.666/93 e demais normas aplicáveis.

Orçamento Estimativo Total: R\$ 620.000,00 (seiscentos e vinte mil reais)

Os envelopes deverão ser entregues e protocolados no Departamento de Compras e Licitações, sito na Praça Coronel Francisco Orlando, nº 652 - Centro, Orlandia/SP, CEP 14620-000, Telefone (16) – 3820-8001 ou 3820-8058, nas datas especificadas abaixo:

- **DATA DE ENTREGA DOS ENVELOPES: dia 10/10/2019 às 09:30 horas.**
- **DATA DE ABERTURA DOS ENVELOPES: dia 10/10/2019 às 10:00 horas.**

O edital completo estará à disposição dos interessados junto à Comissão Municipal Permanente de Licitações ao custo de R\$ 20,00 (vinte reais) ou gratuitamente através do site www.orlandia.sp.gov.br.



1 DO OBJETO

1.1 Contratação de Agência de Publicidade para prestação de serviços técnicos de publicidade para elaboração de projetos e campanhas com o fim específico de divulgar as ações da Prefeitura Municipal de Orlandia/SP, conforme as condições e as especificações constantes no edital e em seus anexos.

1.1.1. Compreendem os serviços de publicidade o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação.

1.1.2. Também integram o objeto desta Concorrência, como atividades complementares, os serviços especializados pertinentes:

- a) à produção e à execução técnica das peças e projetos criados;
- b) ao planejamento e à execução de pesquisas e outros instrumentos de avaliação e geração de conhecimento relacionados a determinada ação publicitária;
- c) a “clipagem” de informações, notícias e matérias sobre o município que possam servir de fonte, base e conteúdo complementar para a realização de temas e campanhas publicitárias;
- d) à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando a expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias desenvolvidas, particularmente no que diz respeito às redes sociais.

1.2. As pesquisas e outros instrumentos de avaliação previstos no subitem 1.1.2, “b”, terão a finalidade de:

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

1.3. 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.

1.4. Não se incluem no conceito de patrocínio mencionado no subitem 1.3. o patrocínio de mídia – assim entendidos os projetos de veiculação em mídia ou em instalações, dispositivos e engenhos que funcionem como veículo de divulgação – e o patrocínio da transmissão de eventos esportivos, culturais ou de entretenimento, comercializados por veículo de divulgação.

1.5. A Agência atuará de acordo com solicitação da PREFEITURA.



1.6. A Agência atuará por conta e ordem da PREFEITURA na contratação de fornecedores de bens e serviços especializados para a execução das atividades complementares a que se refere o subitem 1.1.2., e de veículos e demais meios de divulgação para a transmissão das mensagens publicitárias.

1.7. A Agência não poderá subcontratar outra agência de propaganda para a execução dos serviços objeto desta licitação.

2 CONSTITUEM ANEXOS INTEGRANTES E INDISSOCIÁVEIS DESTE EDITAL:

- a) **ANEXO I** - Briefing;
- b) **ANEXO II** - Modelo de Proposta de Preço (*Invólucro n° 04*);
- c) **ANEXO III** – Modelo de Carta de Credenciamento;
- d) **ANEXO IV** - Modelo de Cumprimento do Disposto no Inciso XXXIII do artigo 7º da CF; (*Invólucro n° 05*)
- e) **ANEXO V** - Declaração de Atendimento das Condições de Habilitação (*Invólucro n° 05*);
- f) **ANEXO VI** - Dados do Fornecedor (*Invólucro n° 05*);
- g) **ANEXO VII** - Minuta do Contrato.

3 DOS PEDIDOS DE ESCLARECIMENTOS E DA IMPUGNAÇÃO AO EDITAL

3.1. As LICITANTES poderão requerer esclarecimentos sobre o EDITAL, dirigidos à COMISSÃO MUNICIPAL PERMANENTE DE LICITAÇÕES, através do e-mail: licitacao@orlandia.sp.gov.br, até 05 (cinco) dias úteis antes da data de entrega da DOCUMENTAÇÃO.

3.2. A COMISSÃO MUNICIPAL PERMANENTE DE LICITAÇÕES responderá, por escrito, os esclarecimentos solicitados, às LICITANTES, até 03 (três) dias úteis antes da data de entrega da DOCUMENTAÇÃO.

3.3 Os esclarecimentos prestados pela COMISSÃO MUNICIPAL PERMANENTE DE LICITAÇÕES integrarão o presente EDITAL para todos os efeitos jurídicos, somente se razoável, dentro de uma extensão da legalidade plausível, viável e que possibilite a ampliação da disputa;

3.4. Qualquer cidadão é parte legítima para impugnar o EDITAL por irregularidade, devendo protocolizar a impugnação perante a COMISSÃO MUNICIPAL PERMANENTE DE LICITAÇÕES, até 05 (cinco) dias úteis antes da data estipulada para entrega da DOCUMENTAÇÃO, sem prejuízo da faculdade prevista no § 1º, do art. 113 da Lei 8.666/93.



3.5. A COMISSÃO MUNICIPAL PERMANENTE DE LICITAÇÕES julgará e responderá a impugnação ao EDITAL em até 03 (três) dias úteis, contados da data do protocolo da impugnação.

3.6. Decairá do direito de impugnar o EDITAL a LICITANTE que não o fizer até o 2º (segundo) dia útil que anteceder a data de entrega da DOCUMENTAÇÃO. Julgada a impugnação, a COMISSÃO MUNICIPAL PERMANENTE DE LICITAÇÕES dará ciência do resultado às LICITANTES.

3.7 A LICITAÇÃO não prosseguirá nos atos ulteriores até que sejam prestadas as informações e os esclarecimentos ou decididas as impugnações, desde que a solicitação de informações, esclarecimentos e as impugnações tenham sido solicitadas de forma tempestiva.

4 CONDIÇÕES GERAIS

4.1. Poderão participar do certame todos os interessados do ramo de atividade pertinente ao objeto desta licitação que preencherem as condições de credenciamento constantes deste Edital.

4.2. Além das vedações estabelecidas pelo **artigo 9.º da Lei Federal n.º 8.666/93¹**, não será permitida a participação de empresas:

a) Estrangeiras que não funcionem no país;

b) Reunidas sob a forma de consórcio, qualquer que seja sua forma de constituição, e as que sejam controladoras, coligadas ou subsidiárias entre si;

c) Impedidas e suspensas de licitar e/ou contratar nos termos do inciso III do artigo 87 da Lei Federal n.º 8.666/93 e suas alterações, do artigo 7.º da Lei Federal

1

(...) **Art. 9º** Não poderá participar, direta ou indiretamente, da licitação ou da execução de obra ou serviço e do fornecimento de bens a eles necessários: I - o autor do projeto, básico ou executivo, pessoa física ou jurídica; II - empresa, isoladamente ou em consórcio, responsável pela elaboração do projeto básico ou executivo ou da qual o autor do projeto seja dirigente, gerente, acionista ou detentor de mais de 5% (cinco por cento) do capital com direito a voto ou controlador, responsável técnico ou subcontratado; III - servidor ou dirigente de órgão ou entidade contratante ou responsável pela licitação. (...) § 1º É permitida a participação do autor do projeto ou da empresa a que se refere o inciso II deste artigo, na licitação de obra ou serviço, ou na execução, como consultor ou técnico, nas funções de fiscalização, supervisão ou gerenciamento, exclusivamente a serviço da Administração interessada. (...) § 2º O disposto neste artigo não impede a licitação ou contratação de obra ou serviço que inclua a elaboração de projeto executivo como encargo do contratado ou pelo preço previamente fixado pela Administração. (...) § 3º Considera-se participação indireta, para fins do disposto neste artigo, a existência de qualquer vínculo de natureza técnica, comercial, econômica, financeira ou trabalhista entre o autor do projeto, pessoa física ou jurídica, e o licitante ou responsável pelos serviços, fornecimentos e obras, incluindo-se os fornecimentos de bens e serviços a estes necessários. (...) § 4º O disposto no parágrafo anterior aplica-se aos membros da comissão de licitação.



n.º 10.520/02² e da Súmula n.º 51 do Tribunal de Contas do Estado de São Paulo (TCE-SP)³;

d) Impedidas de licitar e contratar nos termos do artigo 10 da Lei Federal n.º 9.605/98;

e) Declaradas inidôneas pelo Poder Público e não reabilitadas;

f) Com falência decretada;

g) Entidades do Terceiro Setor;

h) Qualquer empresa que tenham como empregado, dirigentes, sócios ou ocupantes de cargo ou emprego na Administração Municipal, direta ou indireta, resguardando outros impedimentos previstos na legislação e regulamentos aplicáveis.

4.3. A observância das vedações supra é de inteira responsabilidade da licitante que, pelo descumprimento, se sujeitará às penalidades legais cabíveis.

5 - DA REPRESENTAÇÃO E DO CREDENCIAMENTO

5.1. O licitante deverá se apresentar para credenciamento junto a Comissão de Licitação por um representante que, devidamente munido de documento que o credencie a participar deste procedimento licitatório, conforme modelo de Carta de Credenciamento – **(Anexo III)**, venha a responder por sua representada, devendo, ainda, no ato de entrega dos envelopes, identificar-se exibindo a Carteira de Identidade ou outro documento equivalente.

5.2. O credenciamento far-se-á por meio de instrumento público de procuração ou instrumento particular com firma reconhecida, com poderes para firmar declarações, desistir ou apresentar as razões de recurso, assinar ata e praticar todos os demais atos pertinentes ao certame, em nome do licitante. Em sendo sócio, proprietário, dirigente ou assemelhado da empresa proponente, deverá apresentar cópia do respectivo Estatuto ou Contrato Social, no qual estejam expressos seus poderes para exercer direitos e assumir obrigações em decorrência de tal investidura.

5.3. A licitante poderá designar apenas 1 (um) preposto para representá-la na Reunião de

² “A sanção prevista no art. 87, inciso III, da Lei 8.666/93 produz efeitos apenas em relação ao órgão ou entidade sancionador, enquanto a prevista no art. 7º da Lei 10.520/02 produz efeitos no âmbito do ente federativo que a aplicar” (TCU, Acórdão n. 2.224/2013-Plenário). “Não tem amparo legal a inclusão em Edital de licitação de dispositivo que veda a participação de empresas apenas com suspensão temporária do direito de licitar, salvo nos casos em que a suspensão tenha sido imposta pela própria entidade promotora do certame” – Acórdão nº 1727/2006, Primeira Câmara, TCU. No mesmo sentido: Acórdãos 902/2012, 3243/2012, 3439/12, 408/2013 e 1017/2013, todos do Plenário.

Já quanto à abrangência da penalidade prevista no art. 7º da Lei n. 10.520/02, o Tribunal de Contas da União possui entendimento pacífico no sentido de que “A sanção de impedimento de licitar e contratar pautada no art. 7º da Lei 10.520/2002 (Lei do Pregão) produz efeitos não apenas no âmbito do órgão/entidade aplicador da penalidade, mas em toda a esfera do respectivo ente federativo (União ou estado ou município ou Distrito Federal)” (vide Acórdãos 819/2017-Plenário, 2530/2015-Plenário, 1003/2015-Plenário e 2081/2014-Plenário, dentre outros). Fonte: <http://www.aqu.gov.br>.

³ (...) **SÚMULA Nº 51** - A declaração de inidoneidade para licitar ou contratar (artigo 87, IV da Lei nº 8.666/93) tem seus efeitos jurídicos estendidos a todos os órgãos da Administração Pública, ao passo que, nos casos de impedimento e suspensão de licitar e contratar (artigo 87, III da Lei nº 8.666/93 e artigo 7º da Lei nº 10.520/02), a medida repressiva se restringe à esfera de governo do órgão sancionador.



Licitação.

5.4. Nenhum preposto poderá representar mais de uma licitante.

5.5. A licitante que não estiver devidamente representada nos termos descritos acima não terá sua participação prejudicada no certame; entretanto, não poderá se manifestar formalmente.

5.6. Havendo substituição do representante credenciado no decorrer da licitação, e caso haja interesse em designar outro credenciado, a licitante deverá apresentar novos documentos de representação.

5.7. Caso seja constatado pela Comissão Municipal de Licitações a existência de vínculos de natureza técnica, comercial, econômica familiar ou financeira entre os representantes das empresa licitantes, deverá esse tipo de ocorrência, no caso concreto, ser ponderado em conjunto com outros elementos aptos a caracterizar eventual CONLUJO para fraudar o resultado do certame. Para tanto, poderá ser realizada diligência pela CMPL a fim de verificar tal situação. (TCU – Acórdão 1301/2015).

6. ELABORAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA

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

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

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

QUESITOS:

I PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

6.2. O Plano de Comunicação Publicitária deverá ser constituído por caderno específico composto dos subquesitos Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia, elaborado com base no briefing – Anexo I e nas orientações deste



Edital, observadas especialmente as seguintes previsões:

I – formatação realizada conforme subitens 6.2.5 a 6.2.9;

II – elaboração em 2 (duas) vias, quais sejam:

a) Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada

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

b) Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada

ii. O Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada deverá constituir-se em exemplar com o mesmo conteúdo da Via Não Identificada – sem os exemplos de peças e/ou materiais da Ideia Criativa a que se refere o subitem 6.2.3.2. e conter a identificação da licitante, assim como data e assinatura na última página e rubrica nas demais, por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos.

SUBQUESITOS:

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

6.2.2. Estratégia de Comunicação Publicitária é um subquesto que deverá ser desenvolvido por meio de texto, gráfico e/ou tabela no qual a licitante apresentará as linhas gerais de sua Proposta para suprir o desafio de comunicação e alcançar os objetivos geral e específicos de comunicação relacionados a esse desafio expressos no briefing, compreendendo:

I. explicitação e defesa do partido temático e do conceito que, de acordo com seu Raciocínio Básico, devem fundamentar a Proposta de solução publicitária;

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

6.2.3. Ideia Criativa é um subquesto por meio do qual a licitante apresentará proposta de campanha publicitária para a execução da sua Proposta de Estratégia de Comunicação Publicitária.

6.2.3.1. Todas as peças e/ou materiais 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.

6.2.3.1.1. A relação deverá indicar as peças e/ou material que foram incorporados nos termos do



subitem 6.2.3.2.

6.2.3.2. Da relação de peças e/ou material, a licitante deverá escolher e apresentar como exemplos os exemplos 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, para TV e cinema.

II. Limitar-se-a, até 10 (dez) exemplos, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou da característica da peça e/ou material, observadas as seguintes regras:

- a) cada redução e/ou variação de formato será considerada 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 uma peça, se o entendimento da mensagem depender da leitura do conjunto sequencial e uma peça sozinha não transmitir a mensagem completa da comunicação;
- d) um hotsite e todas as suas páginas serão consideradas uma peça;
- e) um filme e o hotsite em que se encontra hospedado serão considerados duas peças;
- f) um banner e o hotsite para o qual ele esteja direcionado serão considerados duas peças.

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

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

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

6.2.3.2.4. Cada exemplo de peça e/ou material deverá trazer indicação sucinta (exemplos: “cartaz”, “filme TV”, “spot rádio”, “anúncio revista”, “monstro internet”) formatada conforme previsão do subitem 6.2.5., VIII, destinada a facilitar seu cotejo com a relação de peças e/ou materiais a que se refere o subitem 6.2.3.1.

6.2.3.2.5. Os storyboard animados, animatics, protótipos e monstros deverão ser apresentados em DVD ou CD, executáveis no sistema operacional Windows, nos formatos universais, a exemplo de:

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



6.2.3.2.6. Os exemplos de peças e/ou material devem ter formatos compatíveis com suas características e se adequarem às dimensões do **Invólucro nº 1**, observado o disposto no subitem 8.2.2., II.

6.2.3.2.6.1. Peças que não se ajustem às dimensões do **Invólucro nº 1** poderão ser dobradas.

6.2.3.2.6.2. As peças gráficas poderão ser impressas em tamanho real ou reduzido – desde que não prejudique sua leitura – sem limitação de cores, com ou sem suporte e/ou passe-partout.

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

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

II. simulação do plano de distribuição em que a licitante identificará todas as peças e/ou materiais constantes da relação prevista no subitem 6.2.3.1.

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

I – período de distribuição das peças e/ou material;

II – quantidades de inserções das peças em veículos de divulgação;

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

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

V – quantidades a serem produzidas de cada peça e/ou material de não mídia;

VI – valores (absolutos e percentuais) alocados na produção de cada peça e/ou material de não mídia:

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

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

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

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

III – devem ser desconsiderados os custos internos e os honorários sobre todos os serviços de fornecedores.



FORMATAÇÃO DO PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA:

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

- I – caderno único, orientação retrato, com espiral preto colocado à esquerda;
- II – capa e contracapa em papel A4 branco, com 75 gr/m² a 90 gr/m², ambas em branco.
- III – conteúdo impresso em papel A4, branco, com 75 gr/m² a 90 gr/m², orientação retrato;
- IV – espaçamento de 2 cm, nas margens direita e esquerda, a partir da borda;
- V – títulos, entretítulos, parágrafos e linhas subsequentes sem recuos;
- VI – espaçamento “simples” entre linhas e, opcionalmente, “duplo” após título e entretítulos e entre parágrafos;
- VII – alinhamento justificado do texto;
- VIII – texto de páginas em fonte “arial”, cor “preto automático”, tamanho “12 pontos”;
- IX – numeração em todas as páginas, pelo editor de textos, a partir da primeira página interna, em algarismos arábicos.

6.2.6. Os textos do Raciocínio Básico, da Estratégia de Comunicação Publicitária e da relação de peças e/ou materiais prevista no subitem 6.2.3.1. estão limitados, no conjunto, a 10 (dez) páginas, não computadas nesse limite a capa e a contracapa e as páginas eventualmente utilizadas apenas para separação dos subquestos.

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

6.2.7. Os exemplos de peças e/ou materiais integrantes do subquesto Ideia Criativa deverão ser apresentados:

- I. separadamente (soltas) do caderno de que trata o subitem 6.2.5.;
- II. adequados às dimensões do **Invólucro nº 1**, cabendo à licitante observar o disposto no subitem 8.2.2, II;

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

- I – ser editados em cores;
- II – ter seu conteúdo editado com a fonte “arial”, tamanho “10 pontos”;
- III – ser apresentados em papel A3 dobrado, que será considerado 2 (duas) páginas para efeito do subitem 6.2.6.



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

I – ser editados em cores;

II – ter fontes e tamanhos de fonte habitualmente utilizados nesses documentos, não sendo exigida formatação de margem específica;

III – ser apresentados em papel A3 dobrado.

II CAPACIDADE DE ATENDIMENTO

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

I – a relação nominal dos seus principais clientes na data da apresentação das Propostas, com a especificação do início de atendimento de cada um deles, assim como a relação dos principais clientes já atendidos, demonstrando a experiência da licitante;

II – 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 (RTVC), internet e mídias sociais, produção gráfica, mídia e atendimento;

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

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

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

IV – 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 do plano de mídia;

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

6.3.1. Os documentos e as informações que compõem o caderno específico mencionado no subitem 6.3. deverão ser formatados em orientação retrato, em papel A4 ou A3 dobrado, com ou sem o uso de cores, em fonte “arial”, tamanho “12 pontos”, em folhas numeradas sequencialmente, a partir da primeira página interna, rubricadas e assinadas na última por quem detenha poderes de representação da licitante na forma de seus atos constitutivos.

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



III REPERTÓRIO

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

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

I – as peças e/ou materiais devem ter sido veiculados, expostos ou distribuídos a partir de 1º de janeiro de 2009;

II – as peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD ou CD, executáveis no sistema operacional Windows, podendo integrar o caderno específico ou ser apresentadas separadamente (soltas);

III – as peças gráfica poderão integrar o caderno específico ou ser apresentadas separadamente (soltas);

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

IV – as peças e/ou materiais não podem se referir a ações executadas no âmbito de contratos de prestação de serviços de publicidade de que a PREFEITURA seja ou tenha sido signatária;

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

VI – edição em papel A4 ou A3, preservada, em qualquer hipótese, a compreensão de seu conteúdo e a indicação das dimensões originais das peças neles contidas.

6.4.1.1. Para cada peça e/ou material previsto no subitem 6.4.1., deverá ser apresentada ficha técnica com a indicação sucinta dos problemas que se propôs a resolver e a identificação da licitante e de seu cliente, além de título, data de produção, período de veiculação, exposição e/ou distribuição e, no caso de veiculação, menção de pelo menos um veículo que divulgou cada peça.

6.4.1.2. A apresentação de peças e/ou material em número inferior ao exigido no subitem 6.4.1. implica, para esse quesito, pontuação máxima proporcional ao número de peças apresentadas.

6.4.1.1. A proporcionalidade a que se refere o subitem 6.4.1.2 será obtida mediante a aplicação da regra de três simples em relação à pontuação máxima prevista no subitem 9.3., III.

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

IV RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO



6.5. 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.

6.5.1. As propostas de que trata o subitem 6.5. devem ter recebido autorização para sua produção ou ter sido veiculadas a partir de 1º de janeiro de 2009.

6.5.2. A apresentação de apenas 1(um) relato no caderno específico implica, para esse quesito, pontuação máxima equivalente à metade da pontuação máxima prevista no subitem 9.3., IV.

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

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

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

6.5.4. Para cada Relato, é permitida a inclusão de até 5 (cinco) peças e/ou material – não computados no limite de páginas a que se refere o subitem 6.5. – independentemente do meio de divulgação, tipo ou característica da peça, caso em que, se incluídos:

I – as peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD ou CD, executáveis no sistema operacional Windows, podendo integrar o caderno específico ou ser apresentadas separadamente (soltas);

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

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

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

6.5.5. Os documentos e as informações que compõem o caderno específico mencionado no subitem 6.5. deverão ser formatados em orientação retrato, em papel A4, com ou sem o uso de cores, em fonte “arial” tamanho “12 pontos”, em folhas numeradas sequencialmente a partir da primeira página interna, rubricadas e assinadas na última por quem detenha poderes de representação da licitante na forma de seu atos constitutivos.

6.5.5.1. Qualquer página com os documentos e as informações do caderno específico poderá ser editada em papel A3 dobrado, caso em que, para fins do limite previsto no subitem 6.5., o papel A3 será computado como duas páginas de papel A4.



7 ELABORAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇO

7.1. A Proposta de Preço deverá ser elaborada conforme modelo constante do Anexo II, informando o percentual de honorário incidente sobre o preço dos serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peça e/ou material, assim como à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias, 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, nos termos do art. 11 da Lei 4.680/65, observando-se ainda que:

I - Honorários de ____% (_____) sobre serviços externos de produção.

II - Desconto de ____% (_____) sobre a Tabela Referencial de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de São Paulo.

III – Honorários de ____% (_____) sobre o custo dos serviços de criação e de desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias, quando realizados externamente e intermediados pela Agência.

IV – Os honorários incidentes sobre serviços de pesquisas de pré-testes e pós-testes sobre campanhas e peças publicitárias desenvolvidas pela agência acompanharão a disposição do item 7.1., I acima.

V – se houver divergência entre o percentual expresso em algarismos e o expresso por extenso, será validado o percentual por extenso;

VI – o percentual 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 alegação de erro, omissão ou qualquer outro pretexto;

VII – o percentual proposto deverá 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.);

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

- a) comprometendo-se a envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores de serviços especializados e veículos, quando for o caso, transferindo à PREFEITURA as vantagens obtidas;
- b) informando estar ciente e de acordo com as disposições alusivas a direitos autorais estabelecidas na Cláusula Nona do (Anexo VII) – Minuta de Contrato.

7.2. A Proposta de Preço poderá adotar o modelo sugerido (Anexo II) e deverá ser:

I datada e assinada por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos;



II. firme e precisa, sem propostas alternativas ou condicionadas que induzam o julgamento a ter mais de um resultado.

7.3. A classificação das Propostas de Preço observará a ordem crescente dos percentuais apresentados, sendo considerada a de menor preço aquela que receber melhor pontuação, referente à concessão de percentual de honorários sobre produção externa, percentual de descontos sobre a Tabela de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de São Paulo e percentual de honorários sobre o custo dos serviços de criação e de desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com as novas tecnologias, quando realizados externamente e intermediados pela Agência”.

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

8 DISPOSIÇÕES GERAIS

8.1. A Proposta Técnica deverá ser protocolada no Departamento de Compras e Licitações, acondicionada em três invólucros distintos, conforme subitens 8.2., 8.3. e 8.4., e a Proposta de Preços, no **Invólucro nº 4**, conforme 8.5, **na data, hora e local indicados no preâmbulo do Edital**.

8.1.1. O **Invólucro nº 1** será padronizado e fornecido pela Administração Municipal mediante solicitação formal da licitante ao Departamento de Compras e Licitações, de segunda a sexta-feira, das 9:00 às 17:00 horas, no endereço sito na Praça Coronel Francisco Orlando, nº 600, Orlandia/SP.

8.1.1.1. O **Invólucro nº 1** deverá ser retirado por portador da empresa que dará recibo, no qual constarão os seguintes dados da empresa: nome empresarial, CNPJ, endereço, telefone e e-mail.

8.1.2. Os **Invólucros nº 2, nº 3 e nº 4** serão providenciados pela licitante e deverão ser adequados às características de seu conteúdo, desde que invioláveis quanto às informações de que tratam até sua abertura.

ATENÇÃO: O **Invólucro nº 5**, contendo os **Documentos de Habilitação**, deverá ser entregue em sessão pública específica, nos termos do item 10.

INVÓLUCRO Nº 1

8.2. No **Invólucro nº 1**, padronizado fornecido pela Administração Municipal, deverá estar acondicionado o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, de que trata o subitem 6.2, caput e inciso II, “a”.

8.2.1. O **invólucro nº 1** deverá estar fechado com cola branca e sem rubrica.

8.2.1.1. Para preservar, até a abertura do invólucro nº 2, o sigilo quanto à autoria do Plano de Comunicação Publicitária, o invólucro nº 1 não poderá:

8.2.1.1.1. Apresentar marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que, por si só, possibilite a identificação da licitante antes da abertura do invólucro nº 2;

8.2.1.1.2. Estar danificado ou deformado pelas peças, materiais e/ou demais documentos nele acondicionados de modo a possibilitar a identificação da licitante.



ATENÇÃO: Recomenda-se cuidado no manuseio do invólucro nº 1, a fim de evitar que qualquer dano ou deformação venha a gerar, nos termos do subitem 12.8.2., o impedimento em participar desta licitação.

INVÓLUCRO Nº 2

8.3. No **Invólucro nº 2**, deverá estar acondicionado o Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada, de que trata o subitem 6.2., caput e inciso II, “b”.

8.3.1. O **Invólucro nº 2** deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

PROPOSTA TÉCNICA – INVÓLUCRO Nº 2
PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – VIA
IDENTIFICADA PREFEITURA MUNICIPAL DE ORLÂNDIA –
CONCORRÊNCIA Nº 002/2019

EMPRESA: (indicar o nome empresarial da licitante) CNPJ (indicar o CNPJ da licitante)

INVÓLUCRO Nº 3

8.4. No **Invólucro nº 3**, deverão estar acondicionados os cadernos específicos, documentos e informações referentes à Capacidade de Atendimento, ao Repertório e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, de que tratam os subitens 6.3. a 6.5.

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

PROPOSTA TÉCNICA – INVÓLUCRO Nº 3
CAPACIDADE DE ATENDIMENTO, REPERTÓRIO E RELATOS DE
SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO PREFEITURA
MUNICIPAL DE ORLÂNDIA
CONCORRÊNCIA Nº 002/2017

EMPRESA (indicar o nome empresarial da licitante) CNPJ (indicar o CNPJ da licitante)

8.4.2. O **Invólucro nº 3**, assim como os cadernos específicos, documentos e informações que o compõem, não poderá ter informação, marca, sinal etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e que possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do invólucro nº 2.



INVÓLUCRO N° 4

8.5. O **Invólucro n° 4** deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

PROPOSTA DE PREÇO – INVÓLUCRO N° 4

PREFEITURA MUNICIPAL DE ORLÂNDIA

CONCORRÊNCIA N° 002/2017

EMPRESA (indicar o nome empresarial da licitante) CNPJ (indicar o CNPJ da licitante)

9 JULGAMENTO DAS PROPOSTAS

9.1. O critério de julgamento para a classificação das licitantes será o de **TÉCNICA E PREÇO**, nos termos do art. 5º da Lei 12.232/2010 e dos arts. 45, parágrafo 1º, III e 46, parágrafo 2º, incisos I e II da Lei 8.666/93, sendo estabelecido o peso de:

9.1.1. 0,70 para a Proposta Técnica

9.1.2. 0,30 para a Proposta de Preço.

9.2. O julgamento das Propostas Técnicas será realizado pela Subcomissão Técnica, prevista no item 11, que julgará conforme os seguintes atributos dos quesitos e subquesitos desenvolvidos pela licitante:

I PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

a) Raciocínio Básico – a acuidade de compreensão sobre:

- I. as características da Prefeitura e de suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária;
- II. a natureza, a extensão e a qualidade das relações da Prefeitura e seus públicos;
- III. O papel da Prefeitura no atual contexto social, político e econômico.

b) Estratégia de Comunicação Publicitária

- I. Adequação do conceito propostos à natureza e à qualificação da PREFEITURA e ao desafio de comunicação proposto no briefing;
- II. Consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito propostos;
- III. Riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação da



PREFEITURA com seus públicos;

- IV. Adequação e exequibilidade da Estratégia de Comunicação Publicitária proposta para a solução do desafio de comunicação;
- V. Consistência lógica e pertinência da argumentação apresentada em defesa da Estratégia de Comunicação Publicitária proposta;

c) Ideia Criativa

- I. Adequação ao problema específico de comunicação;
- II. Multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;
- III. Cobertura dos segmentos de público contemplada por essas interpretações;
- IV. Originalidade da combinação dos elementos que a constituem;
- V. Simplicidade da forma sob a qual se apresenta;
- VI. Pertinência às atividades de comunicação da PREFEITURA, assim como sua inserção nos contextos social, político e econômico;
- VII. Desdobramentos comunicativos que enseja conforme demonstrado nos exemplos de peças e/ou materiais apresentados;
- VIII. Exequibilidade das peças e/ou materiais;
- IX. Compatibilidade da linguagem utilizada nas peças e/ou nos materiais aos meios e aos públicos propostos.

d) Estratégia de Mídia e Não Mídia

- I. Conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação do público-alvo;
- II. Capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos;
- III. Consistência do plano simulado de distribuição das peças e/ou dos materiais em relação aos dois subitens anteriores (9.2, I, d, “i” e “ii”);
- IV. Pertinência e oportunidade demonstradas no uso dos recursos de comunicação próprios da PREFEITURA;
- V. Economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças e/ou materiais;
- VI. Otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa.



II CAPACIDADE DE ATENDIMENTO

- a) Porte, experiência, segmento e tradição dos clientes atendidos pela licitante e o conceito de seus produtos e serviços no mercado;
- b) Experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias objeto deste certame;
- c) Adequação das qualificações e das quantificações desses profissionais à estratégia de comunicação publicitária da PREFEITURA;
- d) Adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que estarão à disposição da execução do contrato;
- e) Operacionalidade do relacionamento entre a PREFEITURA e a licitante, a segurança técnica e operacional ensejada pelos procedimentos especificados na proposta;
- f) Relevância e utilidade das informações de marketing e comunicação e das pesquisas de audiência que a licitante colocará regularmente à disposição da PREFEITURA, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato.

III REPERTÓRIO

- a) Ideia Criativa e sua pertinência ao problema que a licitante se propôs resolver;
- b) Qualidade da execução e do acabamento da peça e/ou material;
- c) Clareza da exposição do problema publicitário;
- d) Consistência das relações de causa e efeito entre o problema e a solução;
- e) Relevância dos resultados apresentados.

IV RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO

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

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

I – Plano de Comunicação Publicitária: **Máximo de 65 (sessenta e cinco) pontos**, distribuídos entre os subquesitos, a saber:



PREFEITURA MUNICIPAL DE ORLÂNDIA

Estado de São Paulo

PÇA. CEL. ORLANDO, 600 - CX. POSTAL, 77 - CEP 14620-000 - FONE PABX (16) 3820-8000

I.a) Raciocínio Básico: **máximo de 15 (quinze) pontos**, da seguinte forma:

QUESITOS	SUBQUESITOS	PONTOS
1-Raciocínio Básico Texto de até 4 laudas que o licitante expicite seu conhecimento geral sobre a PREFEITURA.	a) Das características da PREFEITURA e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária.	05
	b) Da natureza, da extensão e da qualidade das relações da PREFEITURA com seus pedidos.	05
	c) Do papel da PREFEITURA no qual contexto social, político e econômico.	05
PONTUAÇÃO (Máximo de 15 Pts)		

I.b) Estratégia de Comunicação Publicitária: **máximo de 20 (vinte) pontos**, da seguinte forma:

QUESITOS	SUBQUESITOS	PONTOS
2-Estratégia de Comunicação Texto de até 4 laudas em que o licitante exponha o conceito que, de acordo com seu raciocínio básico, fundamentará a comunicação da PREFEITURA.	a) Adequação ao conceito proposto à natureza e a qualificação e problemas da PREFEITURA conforme Briefing.	04
	b) Consistência lógica e pertinência da argumentação em defesa.	04
	c) Riqueza de desdobramentos desse conceito para a comunicação da PREFEITURA com seus pedidos.	04
	d) Adequação da estratégia de comunicação proposta para a solução de problema específico de comunicação da PREFEITURA.	04
	e) Consistência lógica e pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta.	04
PONTUAÇÃO (Máximo de 20 Pts)		

I . c) Ideia criativa: **maximo de 18 (dezoito) pontos**, da seguinte forma:

QUESITOS	SUBQUESITOS	PONTOS
3-Ideia Criativa Síntese da estratégia de comunicação, expressa sob forma de redução de mensagem.	a) Adequação ao problema específico de comunicação da PREFEITURA.	02
	b) A multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta, considerados os adjetivos da PREFEITO.	02
	c) A cobertura dos segmentos de públicos contemplada por essas interpretações.	02
	d) A originalidade da combinação dos elementos que constituem.	02
	e) A simplicidade da forma sob a qual se apresenta.	02
	f) Sua pertinência às atividades da PREFEITURA e à sua inserção nos contextos social, político e econômico.	02



PREFEITURA MUNICIPAL DE ORLÂNDIA

Estado de São Paulo

PÇA. CEL. ORLANDO, 600 - CX. POSTAL, 77 - CEP 14620-000 - FONE PABX (16) 3820-8000

	g) Os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças e/ou material apresentados.	02
	h) A exequibilidade das peças e/ou material.	02
	i) A compatibilidade de linguagem utilizada nas peças e/ou material aos meios e aos públicos propostos.	02
PONTUAÇÃO (Máximo de 18 Pts)		

I.d) Estratégia de Mídia e Não Mídia: **máximo de 12 (doze) pontos**, da seguinte forma:

QUESITOS	SUBQUESITOS	PONTOS
4-Estratégia de Mídia e Não Mídia Texto de até 4 laudas em que a licitante demonstre capacidade para atingir e sensibilizar os segmentos de público definidos no Briefing.	a) Conhecimento dos hábitos de consumo dos segmentos de público prioritários.	02
	b) Capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos.	02
	c) Consistência do plano simulado de distribuição das peças e/ou material em relação às duas alíneas anteriores.	02
	d) Pertinência e oportunidade demonstrada no uso dos recursos de comunicação próprios da PREFEITURA.	02
	e) Economicidade da Aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição de peças.	02
	f) Otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa.	02
PONTUAÇÃO (Máximo de 12 Pts)		

II – Capacidade de Atendimento: **máximo de 15 (QUINZE) pontos**, da seguinte forma:

QUESITOS	SUBQUESITOS	PONTOS
1-Capacidade de Atendimento Avaliação da qualificação e quantificação dos profissionais disponibilizados para execução do contrato; infra estrutura e recursos materiais e de atendimento.	a) Porte, experiência, segmento e tradição dos clientes atendidos pela licitante e o conceito de seus produtos e serviços no mercado.	2,5
	b) Experiência dos profissionais da licitante em atividade publicitárias objeto deste certame.	2,5
	c) Adequação das qualificações e das quantificações destes profissionais à estratégia de comunicação publicitária da PREFEITURA.	2,5
	d) Adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que estarão a disposição da execução do contrato.	2,5
	e) Operacionalidade do relacionamento entre a PREFEITURA e a licitante, a segurança técnica e operacional ensejados pelos procedimentos especificados na proposta.	2,5



PREFEITURA MUNICIPAL DE ORLÂNDIA

Estado de São Paulo

PÇA. CEL. ORLANDO, 600 - CX. POSTAL, 77 - CEP 14620-000 - FONE PABX (16) 3820-8000

	f) Relevância e utilidade das informações de marketing e comunicação e das pesquisas de audiência que a licitante colocará regularmente a disposição da PREFEITURA, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato.	2,5
PONTUAÇÃO (Máximo de 15 Pts)		

III – Repertório: **máximo de 10 (dez) pontos**, da seguinte forma:

QUESITOS	SUBQUESITOS	PONTOS
2-Repertório Apresentação de peças nas quais inclua a indicação sucinta do problema que se propõe resolver, com fichas técnicas que informem título, data de produção e período.	a) Ideia criativa e sua pertinência ao problema que a licitante se propôs a resolver.	02
	b) Qualidade da execução e do acabamento.	02
	c) Clareza da exposição do problema publicitário.	02
	d) Consistências das relações de causa e efeito entre o problema e a solução.	02
	e) Relevância dos resultados apresentados.	02
PONTUAÇÃO (Máximo de 10 Pts)		

IV – Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação: **máximo de 10 (dez) pontos**, da seguinte forma:

QUESITOS	SUBQUESITOS	PONTOS
3-Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação Cases histories formalmente referendados pelos respectivos anunciantes.	a) Concatenação lógica da exposição.	2,5
	b) Evidência de planejamento publicitário.	2,5
	c) Consistência as relações de causa e efeito entre problema e solução.	2,5
	d) Relevância dos resultados apresentados.	2,5
PONTUAÇÃO (Máximo de 10 Pts)		

9.3.1. Os números de pontos indicados em cada quesito relacionado acima serão considerados, como notas máximas, para efeito de atribuição das notas.

9.3.1.1. A nota será atribuída partindo de uma escala de 0,0 (zero) ponto até a quantidade máxima de pontos indicada em casa quesito.

9.3.1.2. Para efeito de aferição da nota de cada quesito ou subquesito, os membros da Subcomissão Técnica utilização como pontuação 04 (quatro) níveis de notas, de acordo com a escala aqui porposta



referente à nota máxima de cada quesito ou subquesito:

NÍVEL	CLASSIFICAÇÃO	PONTUAÇÃO DO ITEM
1	NÃO ATENDE	0% DA NOTA MÁXIMA
2	ATENDE PARCIALMENTE	50% DA NOTA MÁXIMA
3	ATENDE	70% DA NOTA MÁXIMA
4	ATENDE PLENAMENTE	100% DA NOTA MÁXIMA

9.3.1.3. Para efeito de avaliação do item do conteúdo de cada quesito ou subquesito, os membros da Subcomissão Técnica utilizarão como referencia os seguintes conceitos para cada um dos níveis de avaliação:

CLASSIFICAÇÃO	REFERÊNCIA DE AVALIAÇÃO
NÃO ATENDE	Quando a proposta não contempla e/ou contempla de forma errônea ou inadequada os aspectos que constituem o quesito ou subquesito em julgamento conforme briefing e critérios estabelecidos no edital para o aspecto para ser avaliado, contendo grandes desvios e/ou erros grosseiros, e pouco compatível com o critério.
ATENDE PARCIALMENTE	Quando a proposta contempla alguns aspectos relevantes do quesito ou subquesito em julgamento conforme briefing e critérios estabelecidos no edital, atendendo a normativa técnica com omissões relevantes, mas sem desvios do solicitado.
ATENDE	Quando a proposta contempla os principais aspectos que constituem o quesito ou subquesito em julgamento conforme briefing e critérios estabelecidos no edital, atendendo a normativa técnica.
ATENDE PLENAMENTE	Quando a proposta contempla integral e exatamente os aspectos que constituem o quesito ou subquesito em julgamento conforme briefing e critérios estabelecidos no edital, sem desvios e, apresentando, quando possível, soluções com elementos de destaque e diferenciado entendimento do critério.

9.3.14 Cada membro da Subcomissão Técnica atribuirá pontos individuais a cada um dos quesitos e subquesitos, de acordo com a pontuação máxima prevista no item 9.3.

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

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

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



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

9.4. Será desclassificada a licitante que:

I – não observar as determinações e as exigências deste Edital;

II – tentar influenciar a Comissão ou a Subcomissão Técnica no processo de julgamento das Propostas.

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

9.6. Se houver empate que impossibilite a identificação automática das licitantes mais bem classificadas nesta fase, serão assim consideradas as que obtiverem as maiores pontuações, sucessivamente, nos subquesitos Ideia Criativa, Estratégia de Comunicação Publicitária, Estratégia de Mídia e Não Mídia e nos quesitos Capacidade de Atendimento, Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação e Repertório.

9.6.1. Persistindo o empate, a decisão será feita por sorteio, a ser realizado na própria sessão prevista no subitem 12.9., ou em ato público marcado pela Comissão, para o qual serão convidadas todas as licitantes.

9.7. Será considerada vencedora do julgamento final das Propostas Técnicas a licitante mais bem classificada na Proposta Técnica.

JULGAMENTO DA PROPOSTA DE PREÇOS

9.8. Na sessão pública designada pela Comissão de Licitações serão abertos os Invólucros nº 4 – Proposta Comercial que serão rubricados pela Comissão de Licitação e pelas agências presentes.

9.8.1. Uma vez classificadas as Propostas Comerciais, será composto o preço de referência através da fixação dos menores custos de todas as propostas das licitantes classificadas tecnicamente, ou seja, a referência deverá representar a maior vantagem ofertada, extraindo-se de todas as classificadas os itens de melhor preço (menores honorários e maiores descontos, nos limites estabelecidos por este edital) de forma que seja auferida a maior vantagem econômica aos cofres públicos.

9.8.2. Feita a classificação das Propostas Comerciais, serão avaliadas e valoradas as propostas segundo os critérios abaixo:

a) Desconto sobre honorários de produção externa, fixados nos limites estabelecidos no quesito 7., I:	
- maior desconto:	20 pontos
- segundo maior desconto:	19 pontos
- terceiro maior desconto:	18 pontos
- quarto maior desconto:	17 pontos
- demais descontos:	16 pontos



PREFEITURA MUNICIPAL DE ORLÂNDIA

Estado de São Paulo

PÇA. CEL. ORLANDO, 600 - CX. POSTAL, 77 - CEP 14620-000 - FONE PABX (16) 3820-8000

b) Desconto sobre a Tabela de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de São Paulo, fixados nos limites estabelecidos no quesito 7, II:	
- maior desconto:	20 pontos
- segundo maior desconto:	19 pontos
- terceiro maior desconto:	18 pontos
- quarto maior desconto:	17 pontos
- demais descontos:	16 pontos
c) Desconto sobre honorários incidentes sobre custos dos serviços de criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias, quando realizados externamente e intermediados pela Agência:	
- maior desconto:	20 pontos
- segundo maior desconto:	19 pontos
- terceiro maior desconto:	18 pontos
- quarto maior desconto:	17 pontos
- demais descontos:	16 pontos

983. Será considerada a melhor proposta comercial aquela que atingir a maior pontuação através da fórmula abaixo:

NFPC = Nota Final da Proposta Comercial

D1 – Desconto concedido sobre honorários de produção externa

D2 – Desconto sobre a Tabela de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de São Paulo

D3 – Desconto sobre honorários incidentes sobre custos dos serviços de criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação

$$\text{NFPC} = \frac{\text{D1} + \text{D2} + \text{D3}}{3}$$

JULGAMENTO DA MELHOR PROPOSTA, APLICANDO-SE A MÉDIA PONDERADA ENTRE A MELHOR PROPOSTA TÉCNICA E A MELHOR PROPOSTA DE PREÇOS

99. A Pontuação Final será obtida através da fórmula abaixo, conforme previsto no art. 46, parágrafo 2º, incisos I e II, da Lei 8.666/93:

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

PF = Pontuação Final

NFPT = Pontuação Final relativa à Proposta



Técnica NFPC = **Pontuação Final relativa à Proposta Comercial**

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

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

9.9.2. Após a utilização do critério de desempate disposto no item 9.9.1., persistindo o empate, a decisão se fará através de sorteio.

9.9.3. Não se considerará nenhuma oferta ou vantagem não prevista no Edital, nem percentual de desconto ou vantagem, baseado em ofertas de outras licitantes.

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

9.9.5. Será considerada vencedora do julgamento final das Propostas a licitante mais bem classificada no julgamento final, com a aplicação da média ponderada, entre as Propostas Técnicas e de Preços, observado o disposto no subitem quesito 9.9.

10 ENTREGA E FORMA DE APRESENTAÇÃO DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

10.1. As licitantes deverão entregar os Documentos de Habilitação no dia, hora e local estipulados pela Comissão Municipal de Licitação.

10.1.1. A licitante que não apresentar os Documentos de Habilitação na referida sessão será desclassificada do certame, exceto diante da ocorrência de que trata o subitem 12.11.

10.2. Os Documentos de Habilitação deverão estar acondicionados no **Invólucro nº 5**, que deverá ser apresentado fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO – INVÓLUCRO N° 5

PREFEITURA MUNICIPAL DE ORLÂNDIA

CONCORRÊNCIA N° 002/2017

EMPRESA (indicar o nome empresarial da licitante) CNPJ (indicar o CNPJ da licitante)

10.2.1. O **Invólucro nº 5** será providenciado pela licitante e deverá ser adequado às características de seu conteúdo, desde que inviolável quanto às informações de que trata, até sua abertura.

10.2.2. Os Documentos de Habilitação deverão ser apresentados em uma única via, acondicionados



em caderno único, ter todas as suas páginas numeradas e rubricadas por representante legal da licitante, a partir da primeira página interna, e deverão ser apresentados:

- I – em original; ou
- II – sob a forma de publicação em órgão da imprensa oficial; ou
- III – em cópia autenticada por cartório competente;
- IV – em cópia não autenticada, desde que seja exibido o original, para conferência pela Comissão, no ato da abertura dos Documentos de Habilitação.

Atenção: Só serão aceitas cópias legíveis, que ofereçam condições de análise por parte da Comissão.

10.3. Os documentos referentes à **HABILITAÇÃO JURÍDICA** são:

- I – cédula de identidade dos responsáveis legais da licitante;
- II – registro comercial, em caso de empresa individual;
- III – ato constitutivo, estatuto ou contrato social em vigor devidamente registrado, em se tratando de sociedade empresária e, no caso de sociedade por ações, acompanhado dos documentos de eleição de seus administradores. Os documentos deverão estar acompanhados de suas alterações ou da respectiva consolidação e deles deverá constar, entre os objetivos sociais da licitante, a execução de atividades da mesma natureza ou compatível com o objeto desta Concorrência.
- IV – inscrição do ato constitutivo, no caso de sociedade simples, acompanhada de prova da Diretoria em exercício;
- V – decreto de autorização de funcionamento no País, em se tratando de empresa ou sociedade estrangeira, e ato de registro ou autorização para funcionamento expedido pelo órgão competente, quando a atividade assim o exigir.

10.3.1. A documentação relativa à regularidade fiscal e trabalhista é a seguinte:

- I - Prova de inscrição no Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas (CNPJ);
- II - Prova de inscrição no Cadastro de Contribuintes Estadual ou Municipal, se houver, relativo ao domicílio ou sede do licitante, pertinente ao seu ramo de atividade e compatível com o objeto contratual;
- III - Comprovação de Regularidade perante as Fazendas;
 - a) **Federal** que deverá ser comprovada através da apresentação de Certidão expedida pela Secretaria da Receita Federal (inclusive as contribuições sociais), referente ao ramo de atividade do objeto licitado, relativa ao domicílio (filial) ou sede (matriz) do licitante, não havendo necessidade de apresentação de Certidão emitida pela Procuradoria da Fazenda Nacional.



PREFEITURA MUNICIPAL DE ORLÂNDIA

Estado de São Paulo

PÇA. CEL. ORLANDO, 600 - CX. POSTAL, 77 - CEP 14620-000 - FONE PABX (16) 3820-8000

b) **Estadual** que deverá ser comprovada através da apresentação de Certidão expedida pela Secretaria da Fazenda do Estado, referente ao ramo de atividade do objeto licitado, em que estiver situado o domicílio (filial) ou sede (matriz) do licitante, ou declaração de isenção ou de não incidência assinada pelo representante legal da licitante, sob as penas da lei.

c) **Municipal** que deverá ser comprovada através da apresentação da Certidão dos Tributos Mobiliários (ISS), referente ao ramo de atividade do objeto licitado, relativos ao domicílio ou sede do proponente.

IV - Prova de regularidade perante o Fundo de Garantia por Tempo de Serviço (FGTS), por meio de apresentação do CRF (Certificado de Regularidade do FGTS).

V - Prova de regularidade perante a Justiça do Trabalho, que deverá ser comprovada através da apresentação da Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas (CNDT), conforme Lei Federal nº 12.440 de 07 de julho de 2011.

10.3.2. Os documentos referentes à **QUALIFICAÇÃO TÉCNICA**:

10.3.2.1. **Certificado de qualificação técnica de funcionamento**, obtido perante o Conselho Executivo das Normas - Padrão (CENP) ou entidade equivalente legalmente reconhecida como fiscalizadora e certificadora das condições técnicas de agências de propaganda. (TCE-SP – TC 0001115/003/10 – Pleno).

10.3.2.2. Declaração da licitante que disponibilizará para execução do contrato, equipe de profissionais nas áreas de atendimento, planejamento, criação, produção impressa e eletrônica, webdesign, computação gráfica, ilustração gráfica e mídia digital.

10.3.2.3. Declaração da licitante que no prazo máximo de 30 (trinta) dias da assinatura do contrato, manterá escritório de atendimento na cidade de Orlandia/SP.

10.3.2.3.1. Fica dispensada da exigência do item anterior a licitante que tenha sede ou filial de atendimento a uma distância máxima de 100 km da cidade de Orlandia/SP.

10.4. A documentação relativa à **QUALIFICAÇÃO ECONÔMICO-FINANCEIRA**:

10.4.1. Balanço patrimonial e demonstrações contábeis do último exercício financeiro, já exigíveis e apresentados na forma da lei, registrado na Junta Comercial ou Órgão equivalente, acompanhado da comprovação da boa situação financeira da empresa, cujos resultados deverão ser maiores ou igual 01 (um) inteiro, resultantes da aplicação das seguintes fórmulas:

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

$$\text{Solvência Geral} = \frac{\text{Ativo Total}}{\text{Passivo Circulante} + \text{Exigível a Longo Prazo}}$$

$$\text{Liquidez Corrente} = \frac{\text{Ativo Circulante}}{\text{Passivo Circulante}}$$

10.4.1.1. Os índices acima referidos devem ser apresentados com destaque em folha separada e assinada pelo representante legal da empresa licitante.



10.4.2. Certidão Negativa de Falência ou Recuperação Judicial expedida pelo Cartório Distribuidor da sede da Pessoa Jurídica, com prazo de validade constante na certidão. Caso não houver prazo fixado, a validade será de 90 dias.

10.4.2.1. No caso de empresa em recuperação judicial será aceita certidão positiva, desde que acompanhada do Plano de Recuperação, devidamente homologado pelo juízo, em vigência, e que demonstre a capacidade de atedimento das exigências para a comprovação econômico-financeira previstas no edital.

10.5. Será considerada 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.

11 SUBCOMISSÃO TÉCNICA

11.1. Esta Concorrência será processada e julgada pela Comissão Municipal de Licitação, na forma do art. 10 da Lei 12.232/10, com exceção da análise e do julgamento das Propostas Técnicas.

11.2. 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.

11.2.1. No mínimo dois dos membros da Subcomissão Técnica não terão vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com a PREFEITURA.

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

12 REUNIÃO DE LICITAÇÃO

12.1. A reunião de licitação será realizada em sessões públicas, observados os procedimentos previstos neste Edital e na legislação.

12.1.1. Todos os fatos relevantes, pertinentes ao objeto da licitação, ocorridos durante a Reunião de Licitação, serão registrados em ata circunstanciada.

12.2. A participação de representante de qualquer licitante ocorrerá mediante a prévia entrega de documento hábil, conforme estabelecido no subitem 5.2.

12.3. Aspectos puramente formais nas Propostas e nos Documentos de Habilitação apresentados pelas licitantes poderão ser relevados pela Comissão, se constantes dos documentos submetidos à análise e ao julgamento da Subcomissão Técnica, por esta Subcomissão, desde que não firam o entendimento da proposta e o ato não acarrete violação dos princípios básicos da licitação.

12.4. Os integrantes da Subcomissão Técnica não poderão participar das sessões de recebimento e abertura dos invólucros com as Propostas Técnica e de Preço.

12.5. A Comissão poderá alterar as datas ou as pautas das sessões, ou mesmo suspendê-las, em



função do desenvolvimento dos trabalhos, obedecidas as normas legais aplicáveis.

12.6. Se os invólucros lacrados das licitantes desclassificadas que não puderem ser devolvidos nas sessões públicas, ficarão à disposição das interessadas por 30 (trinta) dias úteis, contados da homologação desta Concorrência, prazo após o qual serão destruídos.

PRIMEIRA SESSÃO

12.7. A abertura da sessão pública de licitação será realizada no dia, hora e local previstos no preâmbulo deste Edital e terá a seguinte pauta inicial:

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

II – apresentação à Comissão dos invólucros nº 1, 2, 3 e 4.

III – exame da conformidade dos invólucros com as disposições deste Edital;

IV – rubrica no fecho dos invólucros nº 2 e 4 e subsequente acondicionamento desses invólucros em receptáculo específico com rubrica no seu respectivo fecho pela Comissão e pelos representantes das licitantes;

V – abertura dos invólucros nº 1 e 3, exame em ambos e rubrica nos conteúdos somente do invólucro nº. 3, pela Comissão e pelos representantes das licitantes presentes.

12.7.1. Após o encerramento do prazo para recebimento dos invólucros, o qual será declarado pela Comissão na sessão pública, nenhum outro invólucro, documento ou embalagem será recebido.

12.7.2. O invólucro nº 1, com a Via Não Identificada do Plano de Comunicação Publicitária, só será recebido pela Comissão se:

I – não apresentar marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que, por si só, possibilite sua identificação ou a identificação da licitante antes da abertura do invólucro nº 2;

II – não estiver danificado ou deformado pelas peças, materiais e/ou demais documentos nele acondicionados de modo a possibilitar a identificação da licitante.

12.7.2.1. O não recebimento do invólucro nº 1 implica o não recebimento dos demais invólucros da licitante e seu consequente impedimento de participar da Concorrência.

12.73. A Comissão, antes da abertura dos invólucros nº 1, adotará medidas para evitar que seus membros e/ou os representantes das licitantes possam, ainda que acidentalmente, identificar a autoria de algum Plano de Comunicação Publicitária.

12.74. A Comissão não lançará nenhum código, sinal ou marca nos invólucros nº 1 nem nos documentos que compõem a Via Não Identificada do Plano de Comunicação Publicitária.

12.7.5. Se, ao examinar e/ou rubricar os conteúdos dos invólucros nº 1 e 3, for constatada ocorrência que possibilite inequivocamente a identificação da autoria do Plano de Comunicação Publicitária, a



Comissão desclassificará a licitante e ficará de posse de todos os seus invólucros até que expire o prazo para recursos relativos a essa fase.

12.7.6. Os invólucros nº 2 e 4 permanecerão fechados sob a guarda e a responsabilidade da Comissão.

12.7.7. Abertos os invólucros nº 1 e 3, as licitantes não poderão desistir de suas Propostas, salvo por motivo justo, decorrente de fato superveniente e aceito pela Comissão.

12.7.8. A análise e os trâmites administrativos pertinentes ao conteúdo dos invólucros nº 1 e 3 observarão os seguintes procedimentos:

I – encaminhamento, pela Comissão à Subcomissão Técnica, dos invólucros nº 1, com as Vias Não Identificadas do Plano de Comunicação Publicitária;

II – análise individualizada e julgamento, pela Subcomissão Técnica, das Vias Não Identificadas do Plano de Comunicação Publicitária;

III – elaboração e encaminhamento, pela Subcomissão Técnica à Comissão, da ata de julgamento dos Planos de Comunicação Publicitária, de planilhas com as pontuações e de justificativa das razões que as fundamentaram em cada caso;

IV – encaminhamento, pela Comissão à Subcomissão Técnica, dos invólucros nº 3, com a Capacidade de Atendimento, o Repertório e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação;

V – análise individualizada e julgamento, pela Subcomissão Técnica, da Capacidade de Atendimento, do Repertório e dos Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação;

VI – elaboração e encaminhamento, pela Subcomissão Técnica à Comissão, da ata de julgamento das Propostas referentes à Capacidade de Atendimento, ao Repertório e aos Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, de planilha com as pontuações e de justificativa das razões que as fundamentaram em cada caso.

12.7.9. Se alguma Proposta Técnica for desclassificada com fundamento no subitem 9.4., I, 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.

12.7.9.1. O disposto no subitem 12.8.9. não se aplica aos casos em que o descumprimento resulte na identificação da licitante antes da abertura do invólucro nº 2.

12.7.10. As planilhas previstas nos incisos III e VI do subitem 12.8.8. 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 Soluções de Problemas de Comunicação de cada licitante.



SEGUNDA SESSÃO

12.8. Após receber as atas de julgamento das Propostas Técnicas (invólucros nº 1 e 3), as respectivas planilhas de julgamento e os demais documentos elaborados pela Subcomissão Técnica, a Comissão convocará as licitantes para participar da segunda sessão pública que terá a seguinte pauta básica:

- I – identificação dos representantes das licitantes presentes e coleta de suas assinaturas na lista de presença;
- II – abertura do receptáculo contendo os invólucros nº 2 e 4;
- III – abertura e rubrica do conteúdo dos invólucros nº 2 e rubrica no fecho do invólucro nº 4;
- IV – cotejo das Vias Não Identificadas (invólucro nº 1) com as Vias Identificadas (invólucro nº 2) do Plano de Comunicação Publicitária, para identificação de sua autoria;
- V – elaboração da planilha geral com o somatório das pontuações atribuídas ao Plano de Comunicação Publicitária e, separadamente, aos demais quesitos de cada Proposta Técnica;
- VI – proclamação do resultado do julgamento geral da Proposta Técnica;
- VII – adoção dos procedimentos previstos no subitem 9.6., em caso de empate, após a decisão final, inclusive das Propostas de Preço;
- VIII – informação de que o resultado do julgamento das Propostas Técnicas será divulgado na forma da lei, com indicação das licitantes classificadas e das desclassificadas, em ordem decrescente de pontuação.

TERCEIRA SESSÃO

12.9. A Comissão convocará as licitantes para participar da terceira sessão pública que terá a seguinte pauta básica:

- I – identificação dos representantes das licitantes presentes e coleta de suas assinaturas na lista de presença;
- II – abertura dos invólucros nº 4, exame e rubrica do seu conteúdo pela Comissão e representantes das licitantes presentes;
- III – julgamento das Propostas de Preço com a identificação das propostas de menores preços e divulgação do resultado aos representantes das licitantes presentes;
- IV – declaração das vencedoras do julgamento final das Propostas, quais sejam, as 5 (cinco) licitantes mais bem classificadas na média ponderada, de acordo com os respectivos pesos, na Proposta Técnica e na Proposta de Preços;
- V – informação de que o resultado do julgamento final das Propostas será divulgado na forma da lei, com indicação da ordem de classificação.



QUARTA SESSÃO

12.10. A Comissão convocará as licitantes para o julgamento final das Propostas para participar da quarta sessão pública que terá a seguinte pauta básica:

I – identificação dos representantes das licitantes presentes e coleta de suas assinaturas na lista de presença;

II – recebimento e abertura dos invólucros nº 5, exame e rubrica do seu conteúdo pela Comissão e pelos representantes das licitantes presentes;

III – informação de que o resultado da habilitação será divulgado na forma da lei, com indicação dos proponentes habilitados e dos inabilitados;

12.11. Na hipótese de todos os Documentos de Habilitação serem desclassificadas ou de todas as licitantes serem inabilitadas, a Comissão poderá fixar as licitantes o prazo de 8 (oito) dias úteis para apresentação de novos documentos escoimadas das causas que tenham determinado, respectivamente, a desclassificação ou a inabilitação.

12.11.1. A nova documentação deve ser apresentada na forma prevista neste Edital e entregue em sessão pública.

13 RECURSOS ADMINISTRATIVOS

13.1. Dos atos decisórios ou que resultem em aplicação de penalidade cabe recurso, interposto em forma impressa e protocolado no Setor de Protocolo da Prefeitura Municipal de Orlandia, no prazo de 5 (cinco) dias úteis a contar da intimação do ato ou da lavratura da ata.

13.1.1. A intimação dos atos decisórios será feita mediante publicação na imprensa oficial (Diário Oficial do Município - DOM e Diário Oficial do Estado – DOE/SP), salvo para decisões sobre o recebimento e o julgamento das Propostas e sobre a habilitação ou a inabilitação de licitantes, se presentes os prepostos das licitantes no ato em que foi adotada a decisão, quando poderá ser feita por comunicação direta aos interessados e lavrada em ata.

13.1.2. A intimação da aplicação da penalidade será realizada por notificação direta à licitante.

13.2. O recurso contra o julgamento das propostas e o recurso contra a habilitação ou a inabilitação de licitantes terá efeito suspensivo, e o seu acolhimento importará a invalidação apenas dos atos insuscetíveis de aproveitamento.

13.2.1. A Comissão poderá, motivadamente, atribuir efeito suspensivo ao recurso contra os demais atos.

13.3. A continuidade da reunião de licitação, no caso de interposição de recurso, será comunicada aos interessados, via e-mail devidamente informado, ou através de publicação na imprensa Oficial (Diário Oficial do Município - DOM e Diário Oficial do Estado – DOE/SP).

13.4. Os recursos interpostos serão comunicados às partes interessadas, que poderão apresentar



contrarrrazões no prazo de 5 (cinco) dias úteis a partir do término do prazo do recorrente ou da publicação na imprensa oficial, sendo-lhes assegurada vistas dos elementos indispensáveis à defesa dos seus interesses.

13.5. O recurso será dirigido à autoridade superior, por intermédio da que praticou o ato recorrido, que poderá reconsiderar sua decisão no prazo de 5 (cinco) dias úteis, ou, nesse mesmo prazo, fazê-lo subir, devidamente informado, para decisão.

13.6. Os recursos interpostos fora do prazo legal e/ou subscritos por representante não habilitado legalmente ou não identificado no processo para responder pela licitante não serão conhecidos.

13.7 Decididos os recursos e constatada a regularidade dos atos praticados, a autoridade competente, homologará e adjudicará seu objeto à licitante vencedora.

14 PRAZO

14.1. Adjudicado o objeto da licitação à PROPONENTE vencedora, terá o prazo máximo de 5 (cinco) dias úteis contados da convocação, para assinar o contrato.

14.2. Na eventualidade de a PROPONENTE regularmente convocada a assinar o contrato, estando sua proposta dentro do prazo de validade, se recusar a fazê-lo, aceitá-lo ou retirá-lo no prazo fixado no item 14.1, ser-lhe-á aplicada multa de 5% (cinco por cento) do valor do contrato.

14.3. Nesse caso, a Prefeitura Municipal de Orlandia poderá ainda, convocar as PROPONENTES remanescentes, na ordem de classificação, para assinar o contrato em igual prazo e nas mesmas condições da proposta vencedora.

14.4. O contrato decorrente desta licitação será formalizado por termo.

14.5. No ato da assinatura da Ordem de Serviços, a empresa deverá indicar o preposto que representará a empresa no local dos trabalhos.

15 CONDIÇÕES CONTRATUAIS

15.1. A Prefeitura Municipal de Orlandia poderá até a assinatura do contrato, desclassificar a empresa vencedora por despacho fundamentado sem direito à indenização ou ressarcimento e sem prejuízo de outras sanções cabíveis, se tiver notícia de qualquer fato ou circunstância anterior ou posterior ao julgamento da licitação que desabone sua idoneidade financeira, técnica ou administrativa, garantindo-se o direito ao contraditório e a ampla defesa.

15.2. Poderá haver alterações contratuais com acréscimos ou supressões que se fizerem necessárias à execução do objeto, conforme permissão do parágrafo 1º, art. 65, da Lei Federal no. 8.666/93.

16 PENALIDADES

16.1. Pelo não cumprimento das condições estabelecidas no ajuste, sem a devida justificativa aceita pela Prefeitura e sem prejuízo das demais sanções previstas no art. 87 da Lei nº 8.666/93, a contratada ficará sujeita, a critério da Prefeitura, as seguintes penalidades:



16.1.1. Em caso de inadimplência parcial, multa de 10% (dez por cento) do valor estimado do contrato, sem prejuízo das demais penalidades previstas na legislação pertinente.

16.1.2. Em caso de inadimplência total, multa de 20% (vinte por cento) do valor estimado do contrato, sem prejuízo das demais penalidades previstas na legislação pertinente.

16.1.3. Em caso de atraso na execução dos serviços, a multa será diária e na razão de 0,5% (meio por cento) do valor estimado do contrato, até o limite de 5% (cinco por cento), correspondente a 10 (dez) dias de atraso. A partir do 11º dia de atraso, inclusive, passará a configurar inexecução contratual.

16.2. Poderão ainda serem aplicadas as penalidades de Suspensão Temporária de Participação em licitação e Impedimento de contratar com a Administração, por prazo não superior a 2 (dois) anos e Declaração de Inidoneidade para licitar e contratar com a Administração Pública, na forma dos Incisos III e IV da Lei nº 8.666/93 e também na ocorrência dos casos do artigo 88 da mesma Lei.

16.3. Não serão aplicadas penalidades na ocorrência de casos fortuitos, força maior.

17 GARANTIAS CONTRATUAIS

17.1. No ato da assinatura do contrato, como condição para sua realização, a adjudicatária deverá efetuar a prestação de garantia contratual, no importe de 5% (cinco por cento) do valor estimado do contrato, o que corresponde a **RS 31.000,00 (trinta e um mil reais)**, em uma das modalidades prevista no artigo 56 da Lei Federal nº. 8.666/93, com prazo de validade equivalente ao da vigência contratual.

17.2. A garantia contratual somente será liberada ou restituída após a execução do contrato, e, quando em dinheiro, atualizada monetariamente, mediante requerimento protocolado e dirigido ao Secretário de Finanças do Município de Orlandia/SP.

17.3. No caso de aditivo de valor do contrato a empresa ADJUDICATÁRIA/CONTRATADA deverá providenciar o reforço da caução.

17.4. No caso de prorrogação do prazo de validade do contrato a ADJUDICATÁRIA/CONTRATADA deverá providenciar também a prorrogação da caução de garantia do contrato.

17.5. A não prestação de garantia significa o descumprimento integral (total) das obrigações assumidas situando se como recusa Injustificada para a formalização contratual, sujeitando a ADJUDICATÁRIA/CONTRATADA às sanções previstas no item 16.

18 CONTRATAÇÃO

18.1 A contratação será formalizada mediante assinatura do contrato, para cuja assinatura a licitante adjudicatária terá o prazo de 5 (cinco) dias úteis contados a partir do recebimento da respectiva convocação da PREFEITURA, prorrogável em igual período, a critério da Administração Pública.

18.2 A recusa em assinar o contrato implica a decadência do direito à contratação, sem prejuízo da aplicação de penalidades previstas no item 16.

18.3 O prazo de vigência do contrato será de 12 (doze) meses, a partir **de 16 de Outubro (10) de 2019 – quando vence o atual contrato com o mesmo objeto – ou de sua assinatura, se esta**



ocorrer após aquela data, podendo ser prorrogado nos termos do artigo 57, II, da Lei Federal nº 8666/93.

19 CONDIÇÕES DE PAGAMENTO

19.1. Os pagamentos serão **mensais** e efetuados seguindo-se os seguintes critérios:

19.1.1. O pagamento do preço pactuado será efetuado em **parcelas mensais**, de acordo com os serviços efetivamente prestados, devendo a **Contratada** emitir as respectivas faturas que, devidamente comprovadas e atestadas pelo Órgão Gestor do objeto desta licitação, deverão ser pagas **10 (dez) dias úteis** após sua emissão.

19.1.2. O pagamento à **Contratada**, pelos serviços efetivamente prestados, será feito nos termos das **Cláusula Terceira** do Anexo VII – Minuta de Contrato, consoante os preços estabelecidos em suas respectivas Propostas de Preço.

19.2. O pagamento do preço pactuado dar-se-á exclusivamente mediante depósito Bancário na conta Corrente indicada pela CONTRATADA, sendo vedado à emissão de título de crédito para fins de cobrança do Município do Preço Pactuado.

20 DISPOSIÇÕES FINAIS

20.1. A licitante é responsável pela fidelidade e a legitimidade das informações prestadas e dos documentos apresentados em qualquer fase da licitação, de modo que a falsidade de qualquer documento apresentado ou a inverdade das informações nele contidas implicará a imediata desclassificação da licitante que o tiver apresentado, garantindo o direito ao contraditório e ampla defesa, sem prejuízos as sanções legais cabíveis.

20.2. É facultada à Comissão ou à autoridade superior efetuar, em qualquer fase da licitação, consultas ou promover diligências com vistas a esclarecer ou complementar a instrução do processo.

20.3. As situações não previstas neste Edital, inclusive as decorrentes de caso fortuito ou de força maior, serão resolvidas pela Comissão ou pela autoridade competente.

20.4. Na contagem dos prazos estabelecidos neste Edital, excluir-se-á o dia do início e incluir-se-á o do vencimento.

20.4.1. Os prazos estabelecidos neste Edital só se iniciam e vencem em dias de expediente da PREFEITURA.

20.5. Este Edital e seus anexos, bem como a(s) Proposta(s) vencedora(s), farão parte integrante do Contrato, como se nele estivessem transcritos.

20.6. O conteúdo deste Edital e de seus anexos, bem como outros documentos que forem emitidos pela PREFEITURA e fornecidos às licitantes, são complementares entre si, devendo ser interpretados conforme os princípios que regem as licitações públicas.

20.7. Até a assinatura do contrato, a licitante adjudicatária poderá ser desclassificada ou inabilitada se a PREFEITURA tiver conhecimento de fato desabonador à sua classificação ou à sua habilitação, conhecido após o julgamento de cada fase, garantindo o direito ao contraditório e ampla defesa.

20.8. É vedada a utilização de qualquer elemento, critério ou fato sigiloso, secreto ou reservado que possa, ainda que indiretamente, elidir o princípio da igualdade entre as licitantes.

20.9. Se houver indícios de conluio entre as licitantes ou de qualquer outro ato de má-fé, a



PREFEITURA comunicará os fatos verificados ao Ministério Público do Estado de São Paulo, para as providências devidas.

20.10. Mediante parecer escrito e devidamente fundamentado, esta concorrência será anulada se ocorrer ilegalidade em seu processamento e poderá ser revogada, em qualquer uma de suas fases, por razões de interesse público decorrente de fato superveniente devidamente comprovado, pertinente e suficiente para justificar tal conduta, nos termos do art. 49 da Lei Federal nº 8.666/93, garantido o direito a recurso administrativo daquela decisão, nos termos do art. 109, I, da Lei Federal nº 8.666/93.

20.10.1. A nulidade do procedimento licitatório induz à do contrato, sem prejuízo do disposto no parágrafo único do art. 59 da Lei 8.666/93.

20.11. O representante que se fizer presente no momento da abertura dos envelopes deverá portar identificação pessoal e competente instrumento de representação emitido pela empresa (pessoa jurídica) interessada, conferindo-lhe plenos poderes de ação e decisão para todos os atos do procedimento licitatório, sem exceção.

20.12. Toda documentação fornecida pela Prefeitura Municipal de Orlandia, somente poderá ser utilizada para elaboração de propostas, sendo vedada a sua reprodução, divulgação e/ou utilização, total ou parcial, para quaisquer outros fins que não os expressos nesta licitação, sob pena de responsabilidade pelo uso indevido desses documentos.

20.13. A Prefeitura Municipal de Orlandia poderá anular ou revogar, total ou parcialmente, esta licitação, nas hipóteses legais, sem que caiba aos concorrentes direito à qualquer indenização ou compensação de qualquer natureza.

20.14. As PROPONENTES se obrigam a comunicar à Prefeitura Municipal de Orlandia, a qualquer tempo antes da contratação, qualquer fato ou circunstância superveniente que altere as condições de habilitação, imediatamente após sua ocorrência.

20.15. A Prefeitura Municipal de Orlandia poderá inabilitar, a qualquer tempo antes da contratação, PROPONENTE sobre a qual venha a conhecer fato ou circunstância que desabone sua idoneidade, garantindo-se o direito ao contraditório e a ampla defesa

20.16. As multas aplicadas conforme especificação deste Edital, deverão ser pagas em até quarenta e oito horas, contadas do recebimento do documento de cobrança respectivo, sob pena de sujeitar-se à infratora aos procedimentos judiciais cabíveis, observado o contraditório e a ampla defesa.

20.17. Os documentos necessários à habilitação poderão ser apresentados em original, por qualquer processo de cópia autenticada por cartório competente ou por servidor da Administração ou publicação em órgão da imprensa oficial, nos exatos termos insertos no caput do artigo 32 da Lei nº 8666/93.

20.18. Os recursos oponíveis em face desta licitação, nos termos do artigo 109 da Lei Federal nº 8.666/93, deverão ser dirigidos a Comissão Municipal Permanentes de Licitações, por intermédio do agente que praticou o ato recorrido, devendo o recurso ser interposto tempestivamente, no prazo legal, na Praça Coronel Francisco Orlando, nº 600 – Centro, nesta cidade de Orlandia, Estado de São Paulo, nos dias de expediente das 09:00 às 17:00 horas.

20.19. Fica estabelecido que, ao apresentar proposta para participar desta licitação, o licitante tem pleno conhecimento e está de acordo com todos os seus termos, condições e prazos, assim como da legislação aplicável e em especial da Lei nº 12.232 de 29 de abril de 2010, Lei 4.680 de 18 de junho de 1965, Decreto 57.690/66 e Lei nº 8.666/93, Lei Orgânica do Município e demais normas legais pertinentes, não podendo invocar desconhecimento dos termos do edital ou das disposições legais aplicáveis à espécie para furtar-se ao cumprimento de suas obrigações.



20.20. A Administração Municipal indicará, na data da assinatura do termo contratual, um responsável técnico para gerenciar o mesmo e fiscalizar sua plena execução, devendo a CONTRATADA proceder da mesma forma.

20.21. É facultado à Comissão ou autoridade superior em qualquer fase da licitação, promover diligência destinada a esclarecer ou complementar a instrução do processo, vedada a inclusão de documentos ou informações que deveriam constar originalmente da proposta.

20.22. Os direitos e obrigações das partes resumem-se ao disposto neste ato convocatório e nas legislações pertinentes, tais como a Lei nº 12.232 de 29 de abril de 2010, Lei Federal nº 8.666 de 21 de junho de 1.993 e suas alterações e supletivamente os Princípios da Teoria Geral dos Contratos e Disposições de Direito Privado, constantes do Código Civil.

20.23. Durante toda a execução do contrato, até sua final quitação, a CONTRATADA fica obrigada a se manter em plena compatibilidade com as obrigações assumidas, em especial nas condições de habilitação e qualificação exigidas durante a Licitação.

20.24. Por ocasião da aquisição do EDITAL, fica facultado as empresas e demais interessados identificarem-se, através do e-mail licitacao@orlandia.sp.gov.br, fornecendo as seguintes informações: (i) nome da pessoa física ou jurídica interessada; (ii) número do CPF ou CNPJ e; (iii) e-mail para o envio de eventuais avisos e comunicados pela COMISSÃO MUNICIPAL PERMANENTE DE LICITAÇÕES, os quais não substituem as publicações dos atos desta licitação na imprensa oficial.

20.25. Promovendo a identificação facultada no item 20.24., a empresa será considerada, para os efeitos deste EDITAL, como LICITANTE POTENCIAL, possibilitando o envio oficial e direto de esclarecimentos e informações que a COMISSÃO MUNICIPAL PERMANENTE DE LICITAÇÕES vier a emitir após a publicação do ato convocatório. Por outro lado, não haverá prejuízo àquele que não utilizar da faculdade prevista no item 20.24. do Edital, desde que acompanhe as publicações e avisos disponibilizados no endereço eletrônico da Prefeitura Municipal de Orlandia.

20.26. Em qualquer ocasião, até a data de entrega da DOCUMENTAÇÃO, a COMISSÃO MUNICIPAL PERMANENTE DE LICITAÇÕES poderá alterar o EDITAL em consequência de esclarecimentos ou impugnações ao mesmo, desde que tais alterações não impliquem em alteração das propostas e não constitua vício insanável ou ilegalidade.

20.27. Todas as alterações do EDITAL serão publicadas em jornal local de grande circulação e encaminhadas às LICITANTES que se identificarem como interessadas junto à COMISSÃO MUNICIPAL PERMANENTE DE LICITAÇÕES, nos termos do item **20.25.**

20.28. Caso as alterações do EDITAL impliquem, inquestionavelmente, modificações na apresentação ou formulação das PROPOSTAS, será reaberto o prazo originalmente definido para entrega da DOCUMENTAÇÃO, nos termos do art. 21, § 4º., da Lei Federal nº. 8.666/93.



PREFEITURA MUNICIPAL DE ORLÂNDIA

Estado de São Paulo

PÇA. CEL. ORLANDO, 600 - CX. POSTAL, 77 - CEP 14620-000 - FONE PABX (16) 3820-8000

21 FORO

21.1. Fica estabelecido o foro da Comarca de Orlandia, Estado de São Paulo, como o competente para dirimir quaisquer questões que possam advir do presente instrumento convocatório, com renúncia expressa de qualquer outro, por mais privilegiado que possa ser.

Orlandia, 22 de Agosto de 2019.

OSWALDO RIBEIRO JUNQUEIRA NETO

Prefeito Municipal



ANEXO I - BRIEFING

Este documento serve para orientações e informações do briefing no qual a agência estruturará o planejamento de comunicação e a campanha publicitária, e desenvolverá o plano de mídia e toda a estratégia a ser recomendada. Recomenda-se pesquisa no portal da Prefeitura Municipal de Orlandia e portal IBGE, nos links relacionados abaixo pois as informações são mais completas e atualizadas, além de outras fontes a critério do licitante.

1. Histórico da cidade com informações desde sua fundação deverá ser obtidos no portal da Prefeitura Municipal de Orlandia, no link <http://www.orlandia.sp.gov.br/novo/>, e portal IBGE, no link <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/sp/orlandia/panorama>, a saber:

- a) pontos turísticos e geográficos;
- b) economia;
- c) vocação comercial, industrial, agrícola, turística;
- d) sobre a região administrativa;
- e) vias de acesso e estrutura de serviços oferecidos à população;
- f) estrutura de governo, atual Administração, planejamento de trabalho e objetivos.

2. A comunicação tem um papel estratégico no município para criar uma interação entre os propósitos da administração e os anseios da população de Orlandia.

3. Esta Administração prima pelo planejamento das políticas públicas e pela segurança jurídica em seus atos. O objetivo maior é que Orlandia se amolde em um governo baseado em ações estruturantes, que reorganizem a administração pública, que preparem a cidade para o futuro, que promovam o desenvolvimento sustentável, conceito este que pressupõe crescimento socialmente justo, economicamente próspero e ambientalmente responsável.

4. As pesquisas e outros instrumentos de avaliação terão como finalidade de:



- a) planejamento e execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento relativos à execução do contrato;
- b) criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinada a expandir os efeitos das mensagens, em consonâncias com novas tecnologias;
- c) gerar conhecimento sobre o mercado ou ambiente de atuação do Município, o público-alvo e os veículos de divulgação nos quais serão difundidas as campanhas ou peças;
- d) aferir o desenvolvimento estratégico, a criação e a divulgação de mensagens;
- e) possibilitar a mensuração dos resultados das campanhas ou peças, vedada a inclusão de matéria estranha ou sem pertinência temática com a ação publicitária;
- f) ter conteúdo informativo, educativo ou de orientação social, em sintonia com o projeto de governo da atual administração, objetivando garantir amplamente à população de todo o município informações de qualidade que garantam uma maior interatividade entre o governo e os diversos segmentos sociais do Município;
- g) garantir a mais plena e democrática informação aos cidadãos, primando pela lisura e transparência de seus atos, estabelecendo de fato o direito à informação como compromisso com a cidadania.

5. A Prefeitura Municipal de Orlandia, para efeito de avaliação das agências de publicidade interessadas, irá desenvolver uma campanha hipotética e inédita para mobilizar a população a participar, junto com o governo municipal, da manutenção e conservação da Limpeza Urbana.

6. A limpeza urbana, em particular, por vezes é vista predominantemente com fator de embelezamento das vias públicas. Em verdade, o tratamento de resíduos e dejetos e sua destinação final apropriada são essenciais à eliminação de focos transmissores de doenças e à preservação do meio ambiente.

7. Os objetivos da atual administração é a realização de campanhas de conscientização e colaboração da população Orlandina, para conservação e a manutenção da Limpeza Urbana e, conseqüentemente, a eliminação de focos de doenças e a preservação do meio ambiente.



8. O desafio da comunicação consiste em realizar uma campanha que comunique de forma objetiva e eficiente com informações necessárias para a manutenção da Limpeza Urbana, mostrando ao cidadão que ele é peça fundamental nas ações realizadas pela Prefeitura, melhorando a sua qualidade e condição de vida.

9. Público Alvo

9.1. O público alvo da campanha corresponde a toda a população da cidade de Orlandia.

10. Período de Campanha

10.1. As estratégias de comunicação, mídia e não mídia devem levar em consideração um período de 30 (trinta) dias de duração da campanha.

11. Região ou Mercado

11.1 As campanhas terão abrangência somente no Município de Orlandia.

12. Verba Referencial

12.1. Para este exercício a verba referencial é de R\$ 155.000,00 (cento e cinquenta e cinco mil reais).

13. Recursos Próprios de Comunicação

13.1. A Prefeitura de Orlandia, disponibiliza como recursos próprios de comunicação, seu site oficial, o Diário Oficial e sua presença nas redes sociais como Facebook e Instagram.



ANEXO II - MODELO DE APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇO

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 002/2019

OBJETO: Contratação de Agência de Publicidade para prestação de serviços técnicos de publicidade para elaboração de projetos e campanhas com o fim específico de divulgar as ações da Prefeitura Municipal de Orlandia/SP, conforme as condições e as especificações constantes no edital e em seus anexos.

Razão Social da Licitante:

CNPJ:

Endereço Completo:

Tel:

E-mail:

Declaramos que, na vigência do contrato decorrente da Concorrência Pública nº 002/2019, promovida pela Prefeitura Municipal de Orlandia/SP, serão cobrados os seguintes honorários:

I - Honorários de ____% (_____) sobre serviços externos de produção.

II - Desconto de ____% (_____) sobre a Tabela Referencial de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de São Paulo.

III – Honorários de ____% (_____) sobre o custo dos serviços de criação e de desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias, quando realizados externamente e intermediados pela Agência.

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

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

O desconto de agência ou os honorários de mídia serão pagos à agência que intermediar a compra de espaço/tempo publicitários, pelos Veículos de Comunicação, na base de 20% sobre o valor da mídia efetivamente negociada, sendo que o Veículo emitirá sua fatura contra a Prefeitura Municipal de Orlandia/SP correspondente à chamada “parte líquida”, correspondente a 80% do valor da mídia, e a agência emitirá os restantes 20% contra a Prefeitura Municipal de Orlandia/SP.

Informamos conhecer e aceitar as disposições alusivas a direitos autorais, estabelecidas na Cláusula Décima Quinta da Minuta de Contrato - (ANEXO VII).

.....dede 2017
CARIMBO/CNPJ E ASSINATURA DO REPRESENTANTE LEGAL DA EMPRESA
IDENTIFICAÇÃO DO CARGO/FUNÇÃO DO FIRMATÁRIO

OBSERVAÇÃO: A Proposta de Preço deverá ser elaborada em papel timbrado da licitante e assinada por seu representante, cuja competência para a prática desse ato deverá ser documentalmente comprovada.



PREFEITURA MUNICIPAL DE ORLÂNDIA

Estado de São Paulo

PÇA. CEL. ORLANDO, 600 - CX. POSTAL, 77 - CEP 14620-000 - FONE PABX (16) 3820-8000

ANEXO III - MODELO DE CARTA DE CREDENCIAMENTO

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 002/2019

Por meio da presente carta, credenciamos o (a) Senhor a)....., portador(a) da Cédula de Identidadee CPF..... a participar da Licitação instaurada pela Prefeitura Municipal de Orlandia/SP, na modalidade de Concorrência Pública nº 002/2019, na qualidade de REPRESENTANTE LEGAL, outorgando-lhe poderes para pronunciar-se em nome da Empresa, CNPJ, bem como para retirar editais, apresentar Propostas e Documentos de Habilitação, participar de sessões públicas de abertura dessas Propostas e Documentos, assinar as respectivas atas, registrar ocorrências, formular impugnações, interpor recursos, renunciar ao direito de recurso, renunciar a recurso interposto, negociar preços e praticar todos os demais atos inerentes ao certame.

.....,de de 2019.

OUTORGANTE

Carimbo/CNPJ e assinatura do Representante Legal da
empresa Identificação do Cargo/Função do Firmatário.



ANEXO IV - CUMPRIMENTO DO DISPOSTO NO INCISO XXXIII DO ART. 7º DA CONSTITUIÇÃO FEDERAL

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 002/2019

A empresa, inscrita no CNPJ sob o N.º....., por intermédio de seu representante legal o(a) Sr(a), portador(a) da Carteira de Identidade n.º..... e do CPF n.º....., **DECLARA**, para fins do disposto no inciso V do art. 27 da Lei n.º 8.666, de 21 de junho de 1993, acrescido pela Lei n.º 9.854, de 27 de outubro de 1999, que não emprega menor de dezoito anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre e não emprega menor de dezesseis anos.

Ressalva: emprega menor, a partir de quatorze anos, na condição de aprendiz.

SIM () OU NÃO ().

.....
(data)

.....
(representante legal)

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



PREFEITURA MUNICIPAL DE ORLÂNDIA

Estado de São Paulo

PÇA. CEL. ORLANDO, 600 - CX. POSTAL, 77 - CEP 14620-000 - FONE PABX (16) 3820-8000

ANEXO V - MODELO DE DECLARAÇÃO DE PLENO ATENDIMENTO AOS REQUISITOS DE HABILITAÇÃO DE DECLARAÇÃO DE QUE CUMPRE OS REQUISITOS DE HABILITAÇÃO

(Papel timbrado da empresa)

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 002/2019

A empresa _____, inscrita no CNPJ sob o n.º _____, sediada _____, **DECLARA**, sob as penas da Lei, nos termos do artigo 4º, VII, da Lei nº 10.520/02, declara para os devidos fins de direito que cumpre plenamente os requisitos da habilitação estabelecidos no edital em epígrafe.

Local e data,

(assinatura do representante legal da empresa)



PREFEITURA MUNICIPAL DE ORLÂNDIA

Estado de São Paulo

PÇA. CEL. ORLANDO, 600 - CX. POSTAL, 77 - CEP 14620-000 - FONE PABX (16) 3820-8000

ANEXO VI - (ITEM NÃO-DECLASSIFICATÓRIO)

DADOS DO FORNECEDOR

Razão Social:			
CNPJ:		Insc. Municipal:	
Insc. Estadual:		CEP:	
Endereço:			N.º:
Bairro:		Município:	Est.:
DDD:	Telefone:	Fax:	
Responsável pela Assinatura do Contrato ou seu Representante Legal através de Procuração Pública ou Particular:			
Nome:			
RG do Assinante:		CPF do Assinante:	

Dados Bancários Para Pagamento:

Banco	Agência	C/C
--------------	----------------	------------



PREFEITURA MUNICIPAL DE ORLÂNDIA

Estado de São Paulo

PÇA. CEL. ORLANDO, 600 - CX. POSTAL, 77 - CEP 14620-000 - FONE PABX (16) 3820-8000

ANEXO VII – MINUTA DO CONTRATO

CONTRATO QUE ENTRE SI CELEBRAM O MUNICÍPIO DE ORLÂNDIA E A EMPRESA

CONTRATO n°

VALOR: R\$

CLÁUSULA PRIMEIRA - DAS PARTES

01.1. CONTRATANTE: MUNICÍPIO DE ORLÂNDIA, pessoa jurídica de direito público interno, com sede na Praça Coronel Orlando, n° 600, centro, na cidade de Orlandia, Estado de São Paulo, inscrita no CNPJ/MF sob n° 45.351.749/0001-11, inscrita na I.E n° 491.040.101.110, neste ato legalmente representado pelo SENHOR **OSWALDO RIBEIRO JUNQUEIRA NETO**, Prefeito Municipal, brasileiro, casado, portador da cédula de identidade RG n.º 9.258.190-0 SSP/SP, inscrito no CPF/MF sob o n.º 046.027.218-77, que para os efeitos deste instrumento denomina-se simplesmente **PREFEITURA**.

01.2. CONTRATADA: -----, pessoa jurídica de direito privado, inscrita no CNPJ sob o n° -----, com sede localizada na -----, neste ato representa por -----, que para os efeitos deste instrumento denomina-se **CONTRATADA**.

CLÁUSULA SEGUNDA – DA FUNDAMENTAÇÃO LEGAL

02.1. O contrato em tela reger-se-á pelas disposições legais contidas na Lei n° 12.232/10, Lei Federal n° 8.666/93, Lei Orgânica do Município e demais normas legais pertinentes e pelo instrumento convocatório da **Concorrência Pública 002/2019**, bem como, a Proposta da Contratada, o Edital e seus Anexos.

CLÁUSULA TERCEIRA – DO OBJETO

03.1. O presente instrumento tem por objeto a **CONTRATAÇÃO DE AGÊNCIA DE PUBLICIDADE PARA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS TÉCNICOS DE PUBLICIDADE PARA ELABORAÇÃO DE PROJETOS E CAMPANHAS COM O FIM ESPECÍFICO DE DIVULGAR AS AÇÕES DA PREFEITURA MUNICIPAL DE ORLÂNDIA/SP, CONFORME AS CONDIÇÕES E AS ESPECIFICAÇÕES CONSTANTES NO EDITAL E EM SEUS ANEXOS**, nos termos, condições e especificações contidas no instrumento convocatório e nos autos da **Concorrência Pública n° 002/2019**.

CLÁUSULA QUARTA – DA EXECUÇÃO DO OBJETO

04.1. Compreendem os serviços de publicidade o conjunto de atividades realizadas integralmente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de comunicação.

04.2. Também integram o objeto deste contrato, como atividades complementares, os serviços especializados pertinentes:

- a) à produção e à execução técnica das peças e projetos criados;
- b) ao planejamento e à execução de pesquisas e outros instrumentos de avaliação e geração de conhecimento relacionados a determinada ação publicitária;



PREFEITURA MUNICIPAL DE ORLÂNDIA

Estado de São Paulo

PÇA. CEL. ORLANDO, 600 - CX. POSTAL, 77 - CEP 14620-000 - FONE PABX (16) 3820-8000

- c) A “clipagem” de informações, notícias e matérias sobre o município que possam servir de fonte, base e conteúdo complementar para a realização de temas e campanhas publicitárias;
- d) à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando a expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias desenvolvidas, particularmente no que diz respeito às redes sociais.

04.3. As pesquisas e outros instrumentos de avaliação previstos na Cláusula 04.2 letra “b” terão a finalidade de:

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

04.4. Não se confundem com o objeto deste contrato, 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.

04.5. Não se incluem no conceito de patrocínio mencionado na Cláusula 04.4 o patrocínio de mídia - assim entendidos os projetos de veiculação em mídia ou em instalações, dispositivos e engenhos que funcionem como veículo de divulgação - e o patrocínio da transmissão de eventos esportivos, culturais ou de entretenimento, comercializados por veículo de divulgação.

04.6. A CONTRATADA atuará apenas de acordo com solicitação da Administração Municipal – Departamento de Comunicação e Eventos - Prefeitura Municipal de Orlandia/SP.

04.7. A CONTRATADA atuará por conta e ordem da Prefeitura na contratação de fornecedores de bens e serviços especializados para a execução das atividades complementares a que se refere a Cláusula 04.2 e de veículos e demais meios de divulgação para a transmissão das mensagens publicitárias.

04.8. A CONTRATADA não poderá subcontratar outra agência de propaganda para a execução dos serviços objeto deste contrato.

04.9. A definição do objeto do contrato de serviços previstos na Lei Federal nº 12.232/10 e das cláusulas que o integram dar-se-á em estrita vinculação ao estabelecido no instrumento convocatório da licitação e aos termos da legislação em vigor.

04.10. A execução do contrato dar-se-á em total conformidade com os termos e condições estabelecidas na licitação e no presente instrumento contratual.

04.11. Somente pessoas físicas ou jurídicas previamente cadastradas pela CONTRATANTE poderão fornecer à CONTRATADA bens ou serviços especializados relacionados com as atividades complementares da execução do objeto do presente contrato, nos termos do § 1º do art. 2 da Lei Federal nº 12.232/10.

04.11.1. O fornecimento de bens ou serviços especializados na conformidade do previsto na Cláusula 04.11 do presente contrato, exigirá sempre a apresentação pela CONTRATADA à Contratante de 03 (três) orçamentos obtidos entre pessoas que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido.



PREFEITURA MUNICIPAL DE ORLÂNDIA

Estado de São Paulo

PÇA. CEL. ORLANDO, 600 - CX. POSTAL, 77 - CEP 14620-000 - FONE PABX (16) 3820-8000

04.11.2. No caso da Cláusula 04.11.1, a CONTRATADA procederá à coleta de orçamentos de fornecedores em envelopes fechados, que serão abertos em sessão pública, convocada e realizada sob fiscalização da CONTRATANTE, sempre que o fornecimento de bens ou serviços tiver valor superior a 0,5% (cinco décimos por cento) do valor estimado em contrato.

04.11.3. O fornecimento de bens ou serviços de valor igual ou inferior a 20% (vinte por cento) do limite previsto na alínea "a" do inciso II do art. 23 da Lei no 8.666/93 está dispensado do procedimento previsto na Cláusula 04.11.2 deste contrato.

04.12. Os custos e as despesas de veiculação apresentados à CONTRATANTE para pagamento deverão ser acompanhados da demonstração do valor devido ao veículo, de sua tabela de preços, da descrição dos descontos negociados e dos pedidos de inserção correspondentes, bem como de relatório de checagem de veiculação, a cargo de empresa independente, sempre que possível.

04.13. Pertencem à CONTRATANTE as vantagens obtidas em negociação de compra de mídia diretamente ou por intermédio de agência de propaganda, incluídos os eventuais descontos e as bonificações na forma de tempo, espaço ou reaplicações que tenham sido concedidos pelo veículo de divulgação.

04.14. As informações sobre a execução do contrato, com os nomes dos fornecedores de serviços especializados e veículos, serão divulgadas em sítio próprio aberto para o presente contrato na rede mundial de computadores, garantido o livre acesso às informações por quaisquer interessados.

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

04.16. As agências contratadas deverão, durante o período de, no mínimo, 5 (cinco) anos após a extinção do presente contrato, manter acervo comprobatório da totalidade dos serviços prestados e das peças publicitárias produzidas.

CLÁUSULA QUINTA – DO PREÇO

05.1. Para a execução do objeto ora contratado e descrito na cláusula terceira, a **PREFEITURA** pagará à **CONTRATADA** a importância máxima de até ***RS\$ 620.000,00 (seiscentos e vinte mil reais)***, não estando a Prefeitura Municipal de Orlandia obrigada a realizá-la em sua totalidade, e não cabendo à Contratada o direito de pleitear qualquer tipo de reparação ou compensação pelo não uso do total da verba.

05.2. As cláusulas econômico-financeiras e monetárias do contrato não poderão ser alteradas, sem prévia concordância da CONTRATANTE.

05.3. Na vigência do contrato serão cobrados os seguintes honorários:

- a) Honorários de% (.....) sobre os custos externos de produção de serviços especiais.
- b) Em decorrência dos trabalhos de criação e produção interna, será aplicada a Tabela Referencial de Custos Internos editada pelo Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de São Paulo, em vigor e atual com um desconto de% (.....).
- c) Honorários de% (.....) sobre serviços de desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando a expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias, quando realizadas externamente.



PREFEITURA MUNICIPAL DE ORLÂNDIA

Estado de São Paulo

PÇA. CEL. ORLANDO, 600 - CX. POSTAL, 77 - CEP 14620-000 - FONE PABX (16) 3820-8000

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

05.5. O desconto de agência ou os honorários de mídia serão pagos à agência que intermediar a compra de espaço/tempo publicitários, pelos Veículos de Comunicação, na base de 20% sobre o valor da mídia efetivamente negociada, sendo que o Veículo emitira sua fatura contra à Prefeitura Municipal de Orlandia/SP correspondente à chamada “parte líquida”, correspondente a 80% do valor da mídia, e a agência CONTRATADA emitirá os restantes 20% contra a Prefeitura Municipal de Orlandia/SP.

CLÁUSULA SEXTA - DAS CONDIÇÕES DE PAGAMENTO

06.1. O pagamento do preço pactuado será efetuado em **parcelas mensais**, de acordo com os serviços efetivamente prestados, devendo a CONTRATADA emitir as respectivas faturas que, devidamente comprovadas e atestadas pelo Órgão Gestor, deverão ser pagas em 10 (dez) dias úteis após sua emissão.

06.2. O pagamento do preço pactuado dar-se-á exclusivamente mediante depósito no banco e conta corrente indicada pela Contratada, sendo vedada a emissão de Título de Crédito para fins de cobrança do Município do preço pactuado.

06.3. Em caso de irregularidade na emissão dos documentos fiscais, o prazo para pagamento será contado a partir de sua reapresentação, desde que devidamente regularizado.

06.4. O pagamento à Contratada, pelos serviços efetivamente prestados, será feito consoante aos preços estabelecidos em sua respectiva Proposta de Preço, que deverá informar o percentual de honorários incidentes sobre o preço dos serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peças e/ou materiais, assim como à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias, e o desconto a ser concedido nos custos internos, calculados sobre a Tabela Referencial de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de São Paulo (vigente), nos termos do Artigo 11 da Lei 4.680/65.

06.5. Além da remuneração prevista na Cláusula Sexta Item 6.5, a CONTRATADA fará jus ao desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, em conformidade com o art. 11 da Lei nº 4.680/65 e com o art. 7 do Regulamento para execução da lei nº 4.680/65 (Decreto n. 57.690/66).

06.6. O desconto de que trata o subitem precedente é concedido à CONTRATADA pela concepção, execução e/ou distribuição de publicidade, por ordem e conta da PREFEITURA, nos termos do art. 19 da Lei nº 12.232/2010.

CLÁUSULA SÉTIMA - DOS PRAZOS

07.1. O prazo do presente contrato será de **12 (doze) meses**, a partir de **16 de Outubro (10) de 2019 – quando vence o atual contrato com o mesmo objeto – ou de sua assinatura, se esta ocorrer após aquela data**, podendo ser prorrogado, nos termos e condições definidos no artigo 57, II, da Lei nº 8.666/93 e demais normas aplicáveis.



PREFEITURA MUNICIPAL DE ORLÂNDIA

Estado de São Paulo

PÇA. CEL. ORLANDO, 600 - CX. POSTAL, 77 - CEP 14620-000 - FONE PABX (16) 3820-8000

CLÁUSULA OITAVA – DA FISCALIZAÇÃO E GESTÃO CONTRATUAL

- 08.1.** Fica expressamente consignado que a fiscalização da execução do objeto do presente contrato estará a cargo do **Gabinete do Prefeito** com o poder de solicitar, receber ou rejeitar os serviços realizados.
- 08.2.** Essa fiscalização, em nenhuma hipótese, eximirá a **CONTRATADA** das responsabilidades contratuais e legais.
- 08.3.** Doravante, fica designado como gestor contratual o **Sr. Ricardo Antônio Leite da Silva**, atualmente ocupante do cargo de Diretor da Divisão de Comunicação e Eventos, ressalvadas as nomeações e substituições futuras, portador da cédula de identidade RG n.º 40.937.845-8, inscrito no CPF/MF sob o n.º 362.711.508-29.

CLÁUSULA NONA – DA GARANTIA CONTRATUAL

- 09.1.** A CONTRATADA deverá oferecer, a título de garantia do contrato, o montante equivalente à **5% (cinco por cento)** do valor estimado do contrato, o que corresponde a **R\$ 31.000,00 (trinta e um mil reais)**, em uma das modalidades prevista no artigo 56 da Lei Federal n.º. 8.666/93, com prazo de validade equivalente ao da vigência contratual.
- 09.2.** A garantia contratual somente será liberada ou restituída após a execução do contrato, e, quando em dinheiro, atualizada monetariamente, mediante requerimento protocolado e dirigido ao Secretário de Finanças do Município de Orlandia/SP.
- 09.3.** No caso de aditivo de valor do contrato a empresa ADJUDICATÁRIA/CONTRATADA deverá providenciar o reforço da caução.
- 09.4.** No caso de prorrogação do prazo de validade do contrato a ADJUDICATÁRIA/CONTRATADA deverá providenciar também a prorrogação da caução de garantia do contrato.

CLÁUSULA DÉCIMA - DAS OBRIGAÇÕES DAS PARTES

- 10.1.** Compete à **PREFEITURA:**
- 10.1.1.** pagar, na forma avençada, a importância estipulada na cláusula quarta;
 - 10.1.2.** oferecer à **CONTRATADA** as condições necessárias a regular execução do contrato;
 - 10.1.3.** fiscalizar a execução dos serviços através de servidor público municipal, designado para o fim específico.
- 10.2.** Compete à **CONTRATADA:**
- 10.2.1** executar os serviços contratados, nos termos e condições definidos no instrumento convocatório da **CONCORRÊNCIA PÚBLICA N.º 002/2019** e na lei de regência, que ficam fazendo parte deste instrumento;
 - 10.2.2.** ser detentora de autorização junto aos órgãos públicos competentes para prestação dos serviços ora contratados, quando necessário e legalmente exigidos;
 - 10.2.3.** responder por todos os encargos fiscais, trabalhistas, previdenciários, securitários e de acidentes de trabalho, oriundos da execução dos serviços e do pessoal nele envolvido, não configurando, em hipótese alguma, relação empregatícia entre a **CONTRATADA** e a **PREFEITURA;**



PREFEITURA MUNICIPAL DE ORLÂNDIA

Estado de São Paulo

PÇA. CEL. ORLANDO, 600 - CX. POSTAL, 77 - CEP 14620-000 - FONE PABX (16) 3820-8000

- 10.2.4.** responder, civil e criminalmente, pelos danos que causar a terceiros, em razão da inadequada execução dos serviços;
- 10.2.5.** não poderá ceder ou transferir, dar em garantia ou vincular de qualquer forma, total ou parcialmente, o objeto contratado a qualquer pessoa física ou jurídica, conforme determinada Cláusula Quarta, item 04.8. deste contrato.
- 10.2.6.** deverá manter durante toda a execução do contrato em compatibilidade com as obrigações por ela assumidas, todas as condições de habilitação e qualificação exigidas na licitação, nos termos do inciso XIII do art. 55 da Lei Federal nº 8.666/93.

CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA – DAS PENALIDADES E MULTA

- 11.1.** Pela inexecução total ou parcial do contrato, a **PREFEITURA** aplicará à **CONTRATADA**, e sem o prejuízo do que dispor as Leis Federais n.ºs 8.666/93, além do disposto no edital da **Concorrência Pública nº 002/2019**, garantida a prévia defesa no prazo de 10 (dez) dias úteis, contados do recebimento da notificação:
- 11.1.1.** multa correspondente à 10 % (dez por cento) do valor global do contrato, que poderá ser aplicada conjuntamente com as penalidades descritas nos itens 09.1.2 e 09.1.3;
- 11.1.2.** suspensão temporária de participação em licitações e impedimentos de contratar com a Administração Pública pelo prazo de 02 (dois) anos;
- 11.1.3.** declarará-la inidônea para licitar ou contratar com a Administração Pública, enquanto perdurarem os motivos determinantes da punição, ou até que sejam ressarcidos todos os prejuízos resultantes e promovida a reabilitação perante a própria autoridade que aplicou a penalidade, e somente após transcorrido o prazo de eventual pena de suspensão temporária aplicada.

CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA - DA DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA

- 12.1.** Os recursos para cobertura das despesas com a execução deste contrato, correrão por conta da dotação orçamentária, 3.3.90.39.00.00.00.01.0110 – 04.122.003 da Secretaria Municipal de Administração, **recursos próprios, do orçamento vigente para o exercício de 2019**, suplementada se necessário. E em se tratando de de serviços de natureza contínua, nos termos do artigo 57, II da Lei Federal n.º 8.666/93, como deseja e pretende a Administração Municipal, deverão ser oneradas as dotações do exercício de 2020 e constar nas Leis Orçamentárias (PPA, LDO e LOA).

CLÁUSULA DÉCIMA TERCEIRA - DA RESCISÃO

- 13.1** A inexecução total ou parcial do contrato, sem prejuízo da aplicação da sanção prevista na cláusula sexta e das demais consequências previstas em lei, enseja a sua rescisão por ato unilateral e escrito da **PREFEITURA**, independentemente de notificação prévia, devendo o ato ser formalmente motivado nos autos do processo, estando assegurado o contraditório e a ampla defesa.
- 13.2** Considera-se, ainda, como motivo para rescisão do contrato as demais hipóteses previstas no artigo 78 e seus incisos da Lei Federal nº 8.666/93, ficando esse direito expressamente reconhecido pela **CONTRATADA**.

CLÁUSULA DÉCIMA QUARTA - DA ALTERAÇÃO DO CONTRATO

- 14.1** Este contrato fica sujeito às alterações previstas no artigo 65, § 1º, da Lei nº 8.666/93 e atualizações.

CLÁUSULA DÉCIMA QUINTA – DOS DIREITOS AUTORAIS

- 15.1.** A **CONTRATADA** cede à **PREFEITURA** os direitos patrimoniais de uso das ideias (incluídos estudos, análises e planos), peças, campanhas e demais materiais de publicidade, de sua propriedade exclusiva,



PREFEITURA MUNICIPAL DE ORLÂNDIA

Estado de São Paulo

PÇA. CEL. ORLANDO, 600 - CX. POSTAL, 77 - CEP 14620-000 - FONE PABX (16) 3820-8000

de seus empregados ou prepostos, concebidos, criados ou produzidos em decorrência deste CONTRATO.

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

15.1.2. O valor dessa cessão está integralmente incluído nas modalidades de remuneração definidas na Cláusula Segunda deste contrato.

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

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

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

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

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

CLÁUSULA DÉCIMA SEXTA – DO FORO

16.1. As partes elegem o foro da Comarca de Orlandia/SP, com renúncia expressa de qualquer outro, por mais privilegiado que seja, para dirimir as questões oriundas deste contrato.

CLÁUSULA DÉCIMA SETE- DAS DISPOSIÇÕES FINAIS

17.1. Ficam fazendo parte integrante do presente instrumento a Lei Orgânica do Município, a Lei Nº 12.232/10 a Lei Federal nº 8.666/1993, e o instrumento convocatório da **Concorrência Pública nº 002/2019** e a proposta da **CONTRATADA**.

17.2. Este contrato está sob a égide da legislação civil, não gerando qualquer vínculo empregatício entre as partes e/ou pessoal envolvido na execução dos serviços.

E, por estarem as partes justas e acordadas, assinam o presente instrumento em 04 (quatro) vias de igual teor e forma, para o mesmo fim e perante testemunhas.

Orlândia, ----- de ----- de 2019.



PREFEITURA MUNICIPAL DE ORLÂNDIA

Estado de São Paulo

PÇA. CEL. ORLANDO, 600 - CX. POSTAL, 77 - CEP 14620-000 - FONE PABX (16) 3820-8000

CONTRATO QUE ENTRE SI CELEBRAM O MUNICÍPIO DE ORLÂNDIA E A EMPRESA

CONTRATO n°

VALOR: R\$

Orlândia, ----- de ----- de 2019.

OSWALDO RIBEIRO JUNQUEIRA NETO
PREFEITO MUNICIPAL

Contratada

TESTEMUNHAS:

1 _____
Nome:
RG:
CPF:

2 _____
Nome:
RG:
CPF:



PREFEITURA MUNICIPAL DE ORLÂNDIA

Estado de São Paulo

PÇA. CEL. ORLANDO, 600 - CX. POSTAL, 77 - CEP 14620-000 - FONE PABX (16) 3820-8000

TERMO DE CIÊNCIA E NOTIFICAÇÃO

MUNICÍPIO DE ORLÂNDIA PREFEITURA MUNICIPAL DE ORLÂNDIA

OBJETO: CONTRATAÇÃO DE AGÊNCIA DE PUBLICIDADE PARA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS TÉCNICOS DE PUBLICIDADE PARA ELABORAÇÃO DE PROJETOS E CAMPANHAS COM O FIM ESPECÍFICO DE DIVULGAR AS AÇÕES DA PREFEITURA MUNICIPAL DE ORLÂNDIA/SP, CONFORME AS CONDIÇÕES E AS ESPECIFICAÇÕES CONSTANTES NO EDITAL E EM SEUS ANEXOS.

CONTRATO DE ORIGEM: CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 002/2019

CONTRATANTE: MUNICÍPIO DE ORLÂNDIA

CONTRATADA:

ADVOGADO*: _____

Na qualidade de Contratante e Contratado, respectivamente, do Termo acima identificado, e, cientes do seu encaminhamento ao TRIBUNAL DE CONTAS DO ESTADO, para fins de instrução e julgamento, damo-nos por CIENTES e NOTIFICADOS para acompanhar todos os atos da tramitação processual, até o julgamento final e sua publicação e, se for o caso e de nosso interesse, para nos prazos e nas formas legais e regimentais, exercer o direito de defesa, interpor recursos e o mais que couber.

Outrossim, declaramos estar cientes, doravante, de que todos os despachos e decisões que vierem a ser tomados relativo ao aludido processo, serão publicados no Diário Oficial do Estado, Caderno do Poder Legislativo, parte do Tribunal de Contas do Estado, de conformidade com o artigo 90 da Lei Complementar nº. 709, de 14 de janeiro de 1993, iniciando-se, a partir de então, a contagem dos prazos processuais.

Orlândia/SP, de de 2019.

CONTRATANTE

Nome e cargo: **OSWALDO RIBEIRO JUNQUEIRA NETO**, Prefeito Municipal.

E-mail institucional: gabinete@orlandia.sp.gov.br

E-mail pessoal: _____

Assinatura: _____

CONTRATADA

Nome: _____

E-mail institucional: _____

E-mail pessoal: _____

Assinatura: _____

(*). Facultativo. Indicar quando já constituído.