



# Prefeitura Municipal de São Carlos

Departamento de Procedimentos Licitatórios

Comissão Permanente de Licitação

CONCORRÊNCIA PÚBLICA N.º 05/2019

PROCESSO N.º 26142/2019

O **MUNICÍPIO DE SÃO CARLOS – PREFEITURA MUNICIPAL DE SÃO CARLOS**, pessoa jurídica de direito público interno, com sede nesta cidade de São Carlos - SP, à Rua Episcopal, n.º 1.575, Centro, inscrito no CNPJ sob n.º 45.358.249/0001-01, torna público para conhecimento dos interessados, que se encontra aberto procedimento licitatório na modalidade de **CONCORRÊNCIA PÚBLICA, TIPO TÉCNICA E PREÇO**, sob o regime de execução indireta de **EMPREITADA POR PREÇO UNITÁRIO**, regido pela Lei Federal 8.666/93 e alterações posteriores e pelas Leis nº 12.232/10 e 4.680/65, cujo objeto e demais especificações se encontram descritos no presente edital.

Para participar desta Concorrência pública, os licitantes devem apresentar 6 envelopes, lacrados e inviolados, conforme instruções deste Edital, sendo:

Envelope de Credenciamento

Envelope 01 - **PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA - (VIA NÃO IDENTIFICADA)**

Envelope 02 – **PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA - (VIA IDENTIFICADA)**

Envelope 03 - **CAPACIDADE DE ATENDIMENTO, REPERTÓRIO E RELATOS**

Envelope 04 – **PROPOSTA COMERCIAL**

Envelope 05 – **DOCUMENTOS PARA HABILITAÇÃO (apenas para o licitante vencedor)**

Os envelopes referentes a esta Concorrência Pública, à exceção do envelope de nº 5 – **HABILITAÇÃO**, serão recebidos e protocolados impreterivelmente até às 09h00min do dia 13 de janeiro de 2020, no Departamento de Procedimentos Licitatórios, à Rua Episcopal, 1.575 – 3º andar – Centro – São Carlos, sendo posteriormente abertos em sessão pública pela Comissão Permanente de Licitações de conformidade com as cláusulas e instruções abaixo.

Será assegurado o direito de protocolo de seus envelopes a todos os licitantes que se apresentarem e se identificarem ao funcionário do DPL dentro do horário previsto, mesmo que o procedimento de protocolo supere o horário indicado.

## I. DO OBJETO

1.1. O objeto da presente licitação é a **Contratação de Agência para prestação de serviços de publicidade para elaboração de projetos e campanhas para a Prefeitura do Município de São Carlos.**

1.2. Os serviços previstos no subitem 1.1 deste edital abrangem todos os tipos de publicidade, em todos os assuntos e temas de competência ou de interesse da Administração, sendo:

1.2.1. 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.

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

a) À produção e à execução técnica das peças e dos projetos criados;

b) Ao planejamento e à execução de pesquisas e outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento relacionados a determinada ação publicitária;

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

1.2.3. As pesquisas e outros instrumentos de avaliação previstos no subitem 1.2.2, “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



# Prefeitura Municipal de São Carlos

## Departamento de Procedimentos Licitatórios

### Comissão Permanente de Licitação

realização de eventos festivos.

**1.3.1.** 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.

**1.4.** Para a prestação de serviços será contratada uma agência de propaganda, doravante denominada AGÊNCIA, que tenha suas atividades disciplinadas pela Lei 4.680/65.

**1.4.1.** A Agência atuará apenas e tão somente de acordo com solicitação da Secretaria Municipal de Comunicação da Prefeitura Municipal de São Carlos, doravante denominada PREFEITURA, por sua conta e ordem, na contratação de fornecedores de bens e serviços especializados para a execução das atividades complementares a que se refere o subitem **1.2.2.**, e de veículos e demais meios de divulgação para a transmissão das mensagens publicitárias.

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

**1.5.** Os serviços objeto desta licitação deverão ter caráter legal, educativo, informativo ou de orientação social, não podendo constar nomes, símbolos ou imagens que caracterizem promoção pessoal de autoridades ou servidores públicos.

## II - DOS RECURSOS FINANCEIROS

**2.1.** Os recursos financeiros serão atendidos por verbas próprias, constantes do orçamento vigente e codificados sob número:

10 – Secretaria Municipal de Comunicação

01 – Gabinete do Secretário

3.3.90.39.01 - Outros Serviços e Terceiros – Pessoa Jurídica

12 – Secretaria Municipal de Educação

01 – Gabinete do Secretário

3.3.90.39.01 - Outros Serviços e Terceiros – Pessoa Jurídica

22 – Secretaria Municipal de Saúde

01 – Gabinete do Secretário

3.3.90.39.01 - Outros Serviços e Terceiros – Pessoa Jurídica

21 – Secretaria Municipal de Transporte e Trânsito

03 – Departamento de Trânsito

3.3.90.39.01 - Outros Serviços e Terceiros – Pessoa Jurídica

06 – Secretaria Municipal Especial de Infância e Juventude

02 – Fundo Municipal da Criança e do Adolescente - FUMCAD

3.3.90.39.03 - Outros Serviços e Terceiros – Pessoa Jurídica

## III- DA LEGISLAÇÃO

**3.1.** Este Edital é regulamentado pela seguinte legislação, devidamente atualizada:

**3.1.1.** Lei Federal n°. 8.666, de 21 de junho 1993 - Regulamenta o art. 37, inciso XXI, da Constituição Federal, institui normas para licitações e contratos da Administração Pública e dá outras providências;

**3.1.2.** Lei Federal n° 4.680, de 18 de junho de 1965 - Dispõe sobre o exercício da profissão de Publicitário e de Agenciador de Propaganda e dá outras providências;

**3.1.3.** Decreto Federal n° 57.690, de 1° de fevereiro de 1966 - Aprova o Regulamento para a execução da Lei n° 4.680, de 18 de junho de 1965;

**3.1.4.** Normas Padrão da Atividade Publicitária e do Relacionamento Comercial entre Anunciantes, Agências de Publicidade e Veículos de Comunicação, editadas pelo Conselho Executivo das Normas-Padrão;



# Prefeitura Municipal de São Carlos

## Departamento de Procedimentos Licitatórios

### Comissão Permanente de Licitação

3.1.5. Código de Ética dos Profissionais de Propaganda e suas alterações, instituído pelo I Congresso Brasileiro de Propaganda, realizado em outubro de 1957, na cidade do Rio de Janeiro.

3.1.6. Código Brasileiro de Auto-Regulamentação Publicitária aprovado pelo III Congresso Brasileiro de Propaganda realizado em São Paulo em 1978.

3.1.7. Lei Federal 12.232 de 29 de abril de 2010, que dispõe sobre as normas gerais para licitação e contratação pela administração pública de serviços de publicidade prestados por intermédio de agências de propaganda e dá outras providências.

#### IV. DO CREDENCIAMENTO

4.1. Para participar da presente licitação deverá a interessada protocolar até o dia e hora designados no preâmbulo deste edital, através de seu representante credenciado, os documentos de credenciamento, em envelope devidamente identificado, conforme abaixo, juntamente com os demais envelopes previstos no item **V** deste edital.

#### ENVELOPE DE CREDENCIAMENTO

**NOME E CNPJ DO LICITANTE**  
**À**  
**PREFEITURA MUNICIPAL DE SÃO CARLOS**  
**COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÕES**  
**R EPISCOPAL Nº 1575 – 3º ANDAR -**  
**CEP 13.560-905 – SÃO CARLOS – SP.**  
**PROCESSO N.º 26142/2019**  
**CONCORRÊNCIA PÚBLICA N.º 05/2019**  
**ENVELOPE – CREDENCIAMENTO**  
**DATA DA SESSÃO – xx/xx/2020 - xx:xx HORAS**

4.1.1. O credenciamento do preposto será realizado mediante Instrumento Público ou Particular, ou Carta de Credenciamento, conforme modelo constante do **Anexo I** deste Edital, e deverá outorgar poderes para a prática de todos os atos pertinentes ao certame em nome da licitante, compondo os autos do processo licitatório.

4.1.2. Sendo o representante sócio, proprietário ou dirigente 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.

4.1.3. O credenciado deverá identificar-se exibindo documento de identidade, ou outro legalmente equivalente, fora dos envelopes.

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

4.1.5. 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.

4.1.6. Caso a licitante não deseje fazer-se representar na reunião de licitação, poderá encaminhar por meio de portador – na data, hora e local indicados no preâmbulo deste Edital – os envelopes com a documentação exigida para sua participação no certame.

4.1.7. A licitante poderá designar apenas 1 (um) preposto para representá-la na reunião de licitação.

4.1.8. Nenhum preposto poderá representar mais de uma licitante.

4.1.9. Não serão recebidos documentos de credenciamento enviados por via postal

#### V – DOS ENVELOPES DE PROPOSTA TÉCNICA

5.1. A documentação relativa à proposta técnica da licitante deverá ser apresentada em 3 envelopes conforme itens **VII, VIII e IX deste Edital**, entregues ao Departamento de Procedimentos Licitatórios, à rua Episcopal, 1.575 – 3º andar – Centro – São Carlos, impreterivelmente até a data e o horário definidos no preâmbulo deste Edital.

5.2. Não serão recebidos documentos enviados por via postal

5.3. O envelope nº 1 será padronizado e fornecido pela PREFEITURA, mediante solicitação formal da licitante à Comissão pelo e-mail [licitacao@saocarlos.sp.gov.br](mailto:licitacao@saocarlos.sp.gov.br) ou de segunda a sexta-feira, das 8h30 às 12h00 ou das 14h30 às 17h30 horas, no endereço Rua Episcopal, 1.575 - Centro - São Carlos/SP.



# Prefeitura Municipal de São Carlos

Departamento de Procedimentos Licitatórios

Comissão Permanente de Licitação

5.3.1. O envelope nº 1 deverá ser retirado por portador da empresa, mediante recibo, no qual constarão os seguintes dados: nome empresarial, CNPJ, endereço, telefone e e-mail.

5.3.2. O Envelope de número 1 das licitantes não deverá ter qualquer identificação do proponente, conforme item VII do Edital.

5.4. Os envelopes nº s 2 e 3 serão providenciados pela licitante e deverão ser adequados às características de seu conteúdo, desde que invioláveis quanto às informações de que tratam até a sua abertura.

## ENVELOPE 02 - PROPOSTA TÉCNICA

### NOME E CNPJ DA LICITANTE

À

PREFEITURA MUNICIPAL DE SÃO CARLOS

COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÕES

R EPISCOPAL Nº 1575 – 3º ANDAR - CEP 13.560-905 – SÃO CARLOS – SP.

PROCESSO N.º 26142/2019 - CONCORRÊNCIA PÚBLICA N.º 05/2019

ENVELOPE N.º 02 – PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA - (VIA IDENTIFICADA)

DATA DA SESSÃO – xx/xx/2020 - xx:xx HORAS

## ENVELOPE 03 - PROPOSTA TÉCNICA

### NOME E CNPJ DA LICITANTE

À

PREFEITURA MUNICIPAL DE SÃO CARLOS

COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÕES

R EPISCOPAL Nº 1575 – 3º ANDAR - CEP 13.560-905 – SÃO CARLOS – SP.

PROCESSO N.º 26142/2019 - CONCORRÊNCIA PÚBLICA N.º 05/2019

ENVELOPE N.º 03 – CAPACIDADE DE ATENDIMENTO, REPERTÓRIO E RELATOS

DATA DA SESSÃO – xx/xx/2020 - xx:xx HORAS

## VI – DA ELABORAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA

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

### QUESITOS

I – Plano de Comunicação Publicitária

- Raciocínio Básico

- Estratégia de Comunicação Publicitária

- Ideia Criativa

- Estratégia de Mídia e Não Mídia

II – Capacidade de Atendimento

III – Repertório

IV – Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

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

## VII – DO CONTEÚDO DO ENVELOPE 1

7.1. No envelope nº 1, padronizado e fornecido pela PREFEITURA, deverá estar acondicionado o Plano de Comunicação Publicitária – **Via Não Identificada**.

7.1.1. O envelope nº 1 deverá estar sem fechamento e sem rubrica.

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

i. Apresentar marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que, por si só, possibilite a identificação



# Prefeitura Municipal de São Carlos

## Departamento de Procedimentos Licitatórios

### Comissão Permanente de Licitação

da licitante;

- ii. Estar danificado ou deformado pelas peças, materiais e/ou demais documentos nele acondicionados de modo a possibilitar a identificação da licitante.
- iii. **ATENÇÃO:** Recomenda-se cuidado no manuseio do envelope nº 1, a fim de evitar que qualquer dano ou deformação venha a gerar, nos termos do subitem **17.8.2.**, o impedimento em participar desta licitação.

#### VIII – DO CONTEÚDO DO ENVELOPE 2

**8.1.** No envelope nº 2, deverá estar acondicionado o Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada.

**8.1.1.** 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 **8.1.6** – 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.

**8.1.2.** O Plano de Comunicação Publicitária deverá ser constituído por caderno específico composto dos quesitos Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia, elaborado com base no briefing – **ANEXO VIII** – e nas orientações deste Edital, observadas especialmente as seguintes previsões:

I – formatação realizada conforme subitens **8.1.19 a 8.1.23**

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

a) Plano de Comunicação Publicitária – **Via Não Identificada**, que constará do envelope nº 1;

b) Plano de Comunicação Publicitária – **Via Identificada**, que constará do envelope nº 2.

**8.1.3.** QUESITOS:

**8.1.3.1.** Raciocínio Básico é um quesito que deverá ser desenvolvido por meio de texto, 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.

**8.1.3.2.** Estratégia de Comunicação Publicitária é um quesito que deverá ser desenvolvido por meio de texto, 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

**8.1.3.3.** Ideia Criativa é um quesito por meio do qual a licitante apresentará proposta de campanha publicitária para a execução da sua proposta de Estratégia de Comunicação Publicitária.

**8.1.4.** 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.

**8.1.5.** A relação deverá indicar as peças e/ou materiais que foram corporificados nos termos do subitem **8.1.6**.

**8.1.6.** Da relação de peças e/ou materiais, a licitante deverá escolher e apresentar como exemplos as peças e/ou materiais 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, sob pena de desclassificação, a **10 (DEZ)** exemplos, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça e/ou material, observadas as seguintes regras:

a) cada redução e/ou variação de formato será considerada 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





# Prefeitura Municipal de São Carlos

## Departamento de Procedimentos Licitatórios

### Comissão Permanente de Licitação

- 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;
- 8.1.7.** Só serão aceitos exemplos de peças e/ou materiais não finalizados.
- 8.1.8.** Para a produção dos exemplos de peças ou materiais não serão aceitas capturas de vídeo.
- 8.1.9.** Na elaboração do animatic poderão ser inseridas fotos e imagens estáticas, além de trilha, voz de personagens e locução.
- 8.1.10.** Cada exemplo de peça e/ou material deverá trazer indicação sucinta (exemplos: “cartaz”, “filme TV”, “spot rádio”, “anúncio revista”, “monstro internet”) formatada conforme previsto no subitem **8.1.19, VIII**, destinada a facilitar seu cotejo com a relação de peças e/ou materiais a que se refere o subitem **8.1.4**.
- 8.1.11.** 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.
- 8.1.12.** Os exemplos de peças e/ou materiais devem ter formatos compatíveis com suas características e se adequarem às dimensões do envelope nº 1 observado o disposto no subitem **7.1.2**.
- 8.1.13.** Peças que não se ajustem às dimensões do envelope nº 1 poderão ser dobradas.
- 8.1.14.** **As peças gráficas poderão ser impressas em tamanho real ou reduzido – desde que não prejudique sua leitura – sem limitação de cores, gramatura, tamanho; e poderão ser apresentadas com ou sem suporte e/ou passe-partout.**
- 8.1.15.** Estratégia de Mídia e Não Mídia é um quesito 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 **8.1.4**.
- 8.1.16.** Da simulação do plano de distribuição deverá constar um resumo geral com informações sobre, pelo menos:
- I – período de distribuição das peças e/ou materiais;
  - 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 materiais de não mídia.
- 8.1.17.** Para fins desta Concorrência, consideram-se como Não Mídia os meios que não implicam a compra de espaço e/ou tempo em veículos de divulgação para a transmissão de mensagem publicitária.
- 8.1.18.** 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**

- 8.1.19.** 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/m<sup>2</sup> a 90 gr/m<sup>2</sup>, ambas em branco;
  - III – conteúdo impresso em papel A4, branco, com 75 gr/m<sup>2</sup> a 90 gr/m<sup>2</sup>, orientação retrato;
  - IV – espaçamento de 2 cm, nas margens direita e esquerda, a partir da borda;



# Prefeitura Municipal de São Carlos

## Departamento de Procedimentos Licitatórios

### Comissão Permanente de Licitação

- V – títulos, entretítulos, parágrafos e linhas subsequentes sem recuos;
- VI – espaçamento “simples” entre linhas, 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;

- 8.1.20.** Os textos do Raciocínio Básico, da Estratégia de Comunicação Publicitária e da relação de peças e/ou materiais prevista no subitem **8.1.4.** estão limitados, no conjunto, a **8 (OITO)** páginas, não computadas nesse limite a capa e a contracapa e as páginas eventualmente utilizadas apenas para separação dos quesitos.
- 8.1.20.1.** Os textos, tabelas, gráficos e planilhas da Estratégia de Mídia e Não Mídia não têm limitação quanto ao número de páginas.
- 8.1.21.** Os exemplos de peças e/ou materiais integrantes do quesito Ideia Criativa deverão ser apresentados:
  - I. separadamente (soltas) do caderno de que trata o subitem **8.1.19**;
  - II. adequados às dimensões do envelope nº 1, cabendo à licitante observar o disposto no subitem **7.1.2.**;
- 8.1.22.** As tabelas e os gráficos integrantes dos quesitos Raciocínio Básico e Estratégia de Comunicação Publicitária poderão:
  - I – ser editados em cores;
  - II – ter seu conteúdo editado com a fonte “arial”, tamanho “10 pontos”;
  - III – ser apresentado em papel A3 dobrado, que será considerado 2 (duas) páginas para efeito do subitem **8.1.20.**
- 8.1.23.** As tabelas, os gráficos e as planilhas integrantes dos quesitos 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, **e poderão ser apresentados na horizontal**;
  - III – ser apresentados em papel A3 dobrado.

#### IX – DO CONTEÚDO DO ENVELOPE 3

- 9.1.** No envelope 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 **9.3 a 9.12.**
- 9.2.** O envelope nº 3, assim como os cadernos específicos, documentos e informações que o compõem não poderão 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 envelope nº 2.
- 9.3.** 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 de seus principais clientes atendidos, com especificação do início de atendimento de cada um deles;
  - 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, internet, produção gráfica, mídia e atendimento;
    - a) A qualificação deverá ser apresentada sob a forma de currículo resumido contendo, no mínimo, o nome, a formação e a experiência dos profissionais.
    - b) Os profissionais indicados para fins de comprovação da capacidade de atendimento deverão participar da elaboração dos serviços objeto deste Edital, admitida sua substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior, mediante aprovação prévia 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 de 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, na vigência do contrato.



# Prefeitura Municipal de São Carlos

## Departamento de Procedimentos Licitatórios

### Comissão Permanente de Licitação

- 9.4. Os documentos e as informações que compõem o caderno específico mencionado no subitem 9.3. deverão ser formatados em papel A4 ou A3 dobrado, com ou sem o uso de cores, em fonte "arial", tamanho "12 pontos", em folhas numeradas sequencialmente a partir da primeira página interna, rubricadas e assinada na última por quem detenha poderes de representação da licitante na forma de seus atos constitutivos.
- 9.5. Não há limitação de número de páginas para apresentação da Capacidade de Atendimento.
- 9.6. O Repertório será constituído por peças e/ou materiais concebidos e veiculados, expostos ou distribuídos pela licitante, agrupados em caderno específico.
- 9.7. 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 2010;
  - 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 gráficas poderão integrar o caderno específico ou ser apresentadas separadamente (soltas).
    - a) Se apresentadas separadamente (soltas), as peças poderão ter qualquer formato, podendo inclusive ser apresentadas dobradas ou não.
  - 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 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.
- 9.8. Para cada peça e/ou material previsto no subitem 9.7., deverá ser apresentada ficha técnica com a indicação sucinta dos problemas que se propôs resolver e a identificação da licitante e de seu cliente, além do título, data de produção, período de veiculação, exposição e/ou distribuição e, no caso de veiculação, menção de pelo menos um veículo que divulgou cada peça.
- 9.9. A apresentação de peças e/ou materiais em número inferior ao exigido no subitem 9.7. implica, para esse quesito, pontuação máxima proporcional ao número de peças apresentadas.
- 9.10. A proporcionalidade a que se refere o subitem 9.9. será obtida mediante a aplicação da regra de três simples em relação à pontuação máxima prevista no subitem 16.3 – III.
- 9.11. Não há limitação de número de páginas para apresentação do Repertório.
- 9.12. 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.
- 9.12.1. As propostas de que trata o subitem 9.12. devem ter recebido a autorização para sua produção ou ter sido veiculadas a partir de 1º de janeiro de 2010.
- 9.12.2. 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 16.3 - IV.
- 9.12.3. 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.
- 9.12.3.1. 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.
- 9.12.3.2. 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.





# Prefeitura Municipal de São Carlos

## Departamento de Procedimentos Licitatórios

### Comissão Permanente de Licitação

- 9.12.4.** Para cada relato, é permitida a inclusão de até 2 (duas) peças e/ou materiais – não computados no limite de páginas a que se refere o subitem **9.12** – 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 **9.12**, 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.
- 9.12.5.** Os documentos e as informações que compõem o caderno específico mencionado no subitem **9.12**, deverão ser formatadas 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.
- 9.12.5.1.** 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 **9.12.**, o papel A3 será computado como duas páginas de papel A4.

#### X – DA PROPOSTA DE PREÇOS

**10.1.** A Proposta de Preços deverá ser identificada e acondicionada conforme segue:

##### ENVELOPE 04 - PROPOSTA DE PREÇOS

À  
PREFEITURA MUNICIPAL DE SÃO CARLOS  
COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÕES  
R EPISCOPAL Nº 1575 – 3º ANDAR - CEP 13.560-905 – SÃO CARLOS – SP.  
PROCESSO N.º 26142/2019 - CONCORRÊNCIA PÚBLICA N.º 05/2019  
ENVELOPE N.º 04 – PROPOSTA COMERCIAL  
DATA DA SESSÃO – xx/xx/2020 - xx:xx HORAS

**10.2.** A Proposta de Preços deverá ser apresentada:

- a) em caderno único, em papel que identifique a licitante, ter suas páginas numeradas sequencialmente e ser redigida em língua portuguesa, salvo quanto a expressões técnicas de uso corrente, com clareza, sem emendas ou rasuras;
- b) elaborada em dois documentos distintos, descritos nos itens **10.3** e **10.4**.

**10.3.** A Proposta de Preço deverá ser elaborada conforme modelo constante do **Anexo VII** 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 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, nos termos do art. 11 da Lei 4.680/65, observando-se ainda que:

#### I - Não serão aceitos:

- a) Percentuais superiores a 10%(dez por cento) em relação aos Honorários incidentes sobre o preço dos serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peças e/ou materiais;
- b) **Percentuais inferiores a 30% (trinta por cento)** em relação ao Desconto sobre a Tabela de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de São Paulo.
- c) **Percentuais superiores a 10%(dez por cento)** em relação ao Percentual de honorários incidente sobre o custo dos 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 São Carlos

Departamento de Procedimentos Licitatórios

Comissão Permanente de Licitação

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

IV – 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;

V – 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.).

**10.4.** Juntamente com estes documentos, deverá ser apresentada declaração na qual a licitante:

**10.4.1.** Estabelecerá os percentuais máximos a serem pagos pela Prefeitura Municipal:

**10.4.1.1.** Aos detentores de direitos patrimoniais sobre trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos de autor e conexos, na reutilização de peças por período igual ao inicialmente ajustado, entendido que o valor inicialmente contratado poderá ser reajustado tendo como parâmetros básicos os preços vigentes no mercado, aplicando-se, em tal caso, no máximo a variação do Índice Geral de Preços – Disponibilidade Interna (IGP-DI), da Fundação Getúlio Vargas, desde que decorrido pelo menos um ano da cessão original dos direitos;

**10.4.1.2.** Aos detentores dos direitos patrimoniais sobre obras consagradas, incorporadas a peças, em relação ao valor original da cessão desses direitos, na reutilização das peças por período igual ao inicialmente ajustado, entendido que o valor inicialmente contratado poderá ser reajustado tendo como parâmetros básicos os preços vigentes no mercado, aplicando-se, em tal caso, no máximo a variação do Índice Geral de Preços – Disponibilidade Interna (IGP-DI), da Fundação Getúlio Vargas, desde que decorrido pelo menos um ano da cessão original dos direitos.

**10.4.2.** Comprometer-se-á 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 Municipal as vantagens obtidas.

**10.4.3.** Informará estar ciente e de acordo com as disposições alusivas a direitos autorais estabelecidas na minuta do Contrato Administrativo – **Anexo VI**

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

**10.6.** A Proposta de Preço poderá adotar o modelo sugerido (**Anexo VII**) 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.

**10.6.1.** Serão analisadas apenas as Propostas de Preço das licitantes classificadas no julgamento das Propostas Técnicas;

**10.6.2. Serão desclassificadas as propostas de preços que não respeitarem as condições previstas no item 10.3 deste Edital.**

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

## XI – DA HABILITAÇÃO

**11.1.** Os documentos de habilitação deverão ser apresentados apenas pelas empresas Classificadas no Julgamento final das Propostas Técnica e Preço, em envelope devidamente identificado e em data e horário a serem determinados pela Comissão.

ENVELOPE 05 - DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

**À**

**PREFEITURA MUNICIPAL DE SÃO CARLOS**

**COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÕES**

**R EPISCOPAL Nº 1575 – 3º ANDAR - CEP 13.560-905 – SÃO CARLOS – SP.**

**PROCESSO N.º 26142/2019 - CONCORRÊNCIA PÚBLICA N.º 05/2019**

**ENVELOPE N.º 05 – ENVELOPE DE HABILITAÇÃO**

**DATA DA SESSÃO – xx/xx/2020 - xx:xx HORAS**



# Prefeitura Municipal de São Carlos

## Departamento de Procedimentos Licitatórios

### Comissão Permanente de Licitação

11.2. A licitante classificada no julgamento final das Propostas que não apresentar os Documentos de Habilitação na referida sessão será excluída do certame.

11.3. O envelope 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.

11.4. O CNPJ da licitante deverá ser o mesmo compreendido no cadastro junto à Prefeitura e/ou em todos os Documentos de Habilitação, não sendo permitido uso de documentos pela matriz, quando emitidos para a sua filial e vice-versa.

11.5. Excetuam-se da restrição a que se refere o subitem 11.4., os documentos que, pela própria natureza, forem comprovadamente emitidos somente em nome da matriz ou da filial.

11.6. Não serão aceitos “protocolos de entrega” ou “solicitação de documentos” expedidos por quaisquer órgãos, em substituição aos documentos exigidos neste Edital.

11.7. A licitante que se alegar desobrigada de apresentar qualquer um dos Documentos de Habilitação deverá inserir no envelope no 5 declaração ou certificado expedido por órgão competente ou legislação em vigor que comprove essa condição.

11.8. A verificação pela Comissão nos sites oficiais das entidades emissoras de certidões constitui meio legal de prova.

11.9. Serão consideradas habilitadas as licitantes classificadas que atenderem integralmente aos requisitos de habilitação exigidos neste Edital.

## XII. DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO (Envelope n.º 05)

12.1. Para participar da licitação os interessados deverão comprovar sua habilitação jurídica, técnica, econômico-financeira e regularidade fiscal, através da apresentação dos seguintes documentos:

12.1.1. Os documentos referentes à HABILITAÇÃO JURÍDICA são:

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

12.1.1.2. Registro comercial, no caso de empresa individual; ato constitutivo, estatuto ou contrato social em vigor, devidamente registrado, em se tratando de sociedades comerciais, e, no caso de sociedades por ações, acompanhado de documentos de eleição de seus administradores; inscrição do ato constitutivo, no caso de sociedades civis, acompanhada de prova de diretoria em exercício;

12.1.1.3. 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.

12.1.2. Os documentos referentes à REGULARIDADE FISCAL e TRABALHISTA são:

12.1.2.1. Prova de Inscrição no Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas (CNPJ);

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

12.1.2.3 Prova de regularidade para com a Fazenda Federal, Estadual e Municipal do domicílio ou sede do licitante, ou outra equivalente na forma da lei;

12.1.2.3.1. A prova de regularidade fiscal perante a Fazenda Nacional, conforme Decreto Federal nº 6.106/07, deverá ser feita através da Certidão Conjunta Negativa de Débitos ou Certidão Conjunta Positiva com Efeitos de Negativa entre a Procuradoria Geral da Fazenda Nacional e a Receita Federal do Brasil;

12.1.2.3.2. Certidão de Regularidade de ICMS – Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços, expedida pela Secretaria da Fazenda do Estado;



# Prefeitura Municipal de São Carlos

## Departamento de Procedimentos Licitatórios

### Comissão Permanente de Licitação

12.1.2.3.3. Certidão Negativa ou Positiva com Efeitos de Negativa de Tributos Mobiliários, expedida pelo Município da sede da empresa;

12.1.2.4. Certificado de Regularidade de Situação (CRS) perante o Fundo de Garantia por Tempo de Serviço (FGTS);

12.1.2.5. Prova de regularidade perante o sistema de seguridade social, mediante a apresentação da CND – Certidão Negativa de Débito ou CPD-EN – Certidão Positiva com Efeitos de Negativa fornecida pelo Instituto Nacional do Seguro Social (INSS), ou certidão negativa de débitos ou positiva com efeitos de negativa relativa às contribuições previdenciárias e as de terceiros, emitida pela Secretaria da Receita Federal do Brasil, conforme Portaria Conjunta PGFN/RFB nº 03 de 02 de maio 2007;

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

12.1.3. Os documentos referentes à QUALIFICAÇÃO TÉCNICA são:

12.1.3.1. Declaração(ões) expedida(s) por pessoa(s) jurídica(s) de direito público ou privado, que ateste(m) que a licitante presta (ou) à(s) declarante(s) serviço de publicidade cujas atividades sejam similares, pelo menos, às do objeto deste Edital, conforme **Item I – DO OBJETO**;

12.1.4. A QUALIFICAÇÃO ECONÔMICO-FINANCEIRA será comprovada mediante apresentação:

12.1.4.1. De certidão negativa de falência e concordata/recuperação judicial e extrajudicial expedida pelo distribuidor da sede da pessoa jurídica;

a) No caso de praças com mais de um cartório distribuidor, deverão ser apresentadas as certidões de cada distribuidor;

b) Será considerada válida pelo prazo de 180 (cento e oitenta) 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;

12.1.4.2. De Balanço Patrimonial e Demonstrações Contábeis do último exercício social, vedada a substituição por balancetes ou balanços provisórios.

a) As sociedades constituídas no exercício em curso ou com menos de 1 (um) ano deverão apresentar o balanço de abertura ou intermediário, conforme o caso;

b) Os balanços patrimoniais e as demonstrações contábeis deverão ser apresentados de acordo com a legislação e as normas contábeis que regem a matéria;

c) O patrimônio líquido poderá ser atualizado pelo IGPM-FGV quando o balanço estiver encerrado há mais de 3 (três) meses da data da licitação.

12.1.4.3. A licitante deverá comprovar que possui, na data da primeira sessão de entrega dos envelopes 1, 2, 3 e 4:

I – **Patrimônio Líquido igual ou superior a R\$ 700.000,00 (setecentos mil reais)**, conforme disposto no § 3º do artigo 31 da Lei Federal nº 8.666/93, devidamente atualizada por legislações posteriores;

II – Demonstrativo do índice financeiro será extraído do balanço apresentado, para fins de análise das condições financeiras da licitante. Os índices serão apresentados em números inteiros e de até 02 (duas) casas decimais após a vírgula com arredondamento, sendo julgadas habilitadas as empresas que apresentarem Índice de Liquidez Corrente; Índice de Liquidez Geral e Índice de Endividamento Geral - calculados pelas fórmulas abaixo:

$$ILC = \frac{AC}{PC} \text{ cujo resultado deverá ser maior ou igual a } 1,00$$

$$ILG = \frac{AC+RLP}{PC+ELP} \text{ cujo resultado deverá ser maior ou igual a } 1,00$$

$$IEG = \frac{PC+ELP}{AT} \text{ cujo resultado deverá ser menor ou igual a } 1,00$$

Sendo que:

ILC = Índice de liquidez corrente

ILG = Índice de liquidez geral



# Prefeitura Municipal de São Carlos

## Departamento de Procedimentos Licitatórios

### Comissão Permanente de Licitação

IEG = Índice de endividamento geral

AC = Ativo Circulante

PC = Passivo Circulante

RLP = Realizável a Longo Prazo

ELP = Exigível a Longo Prazo

AT = Ativo Total

**12.1.4.3.1.** Para a comprovação de Patrimônio Líquido e índices contábeis, os cálculos sobre o balanço patrimonial e as demonstrações contábeis do último exercício social deverão ser realizados pela licitante e confirmados pelo responsável por sua contabilidade, mediante sua assinatura e a indicação de seu nome e número de registro no Conselho Regional de Contabilidade e serão conferidos pela Comissão Permanente de Licitações.

**12.1.4.3.2.** Nos cálculos envolvendo moeda (R\$), caso sejam necessários arredondamentos, a segunda casa à direita da vírgula, correspondente aos centavos, será arredondada para cima se, na ocorrência de uma terceira casa, esta for maior ou igual a 5 (cinco).

**12.1.4.4.** A licitante também deverá incluir no envelope:

**12.1.4.4.1.** Declaração da empresa, conforme modelo do **Anexo III** constando as seguintes informações:

**12.1.4.4.2.** Termo de compromisso quanto a realização do serviço, conforme modelo constante no **Anexo II**;

**12.1.4.4.3.** Comprovante de que prestou a garantia de proposta a que alude o inciso III do artigo 31 e o artigo 56 da Lei Federal nº 8.666/93, devidamente atualizada por legislações posteriores, no valor de 1% (um por cento) do valor deste Edital. A garantia de proposta, deverá **OBIGATORIAMENTE** ser entregue dentro do envelope de CREDENCIAMENTO, na primeira sessão de entrega das propostas técnicas, numa das modalidades previstas no § 1º do art. 56 da Lei Federal 8.666/93.

**12.1.4.4.3.1.** Caso a garantia seja prestada na Tesouraria Municipal de São Carlos, deverá ser efetuada até a data da abertura deste certame;

**12.1.4.4.3.2.** A garantia não poderá ter validade inferior a 60 (sessenta) dias da data da licitação;

**12.1.4.4.3.3.** A garantia poderá ser feita em **moeda corrente nacional, Seguro Garantia ou Carta de Fiança Bancária**, pelo seu valor nominal, não onerados com cláusula de impenhorabilidade, inalienabilidade ou incomunicabilidade;

**12.1.4.4.3.4.** Caso a garantia da proposta seja feita em documento bancário ou similar e este não for honrado pelo banco, a empresa licitante ficará suspensa de participar de licitações e impedida de contratar com o Município de São Carlos pelo prazo de 02 (dois) anos, sem prejuízo das demais sanções cabíveis.

**12.1.4.4.3.5.** A garantia será liberada após decorridos 10 (dez) dias úteis de um dos seguintes eventos:

a) decisão definitiva de inabilitação da concorrente;

b) decisão definitiva da desclassificação da proposta da concorrente;

c) adjudicação do objeto à empresa que apresentou a proposta vencedora;

**12.1.5.** Indicação das instalações, do aparelhamento e do pessoal técnico adequados e disponíveis para a realização do objeto desta licitação, bem como indicação da qualificação de cada um dos membros da equipe técnica que se responsabilizará pelos trabalhos;

**12.2.** Os documentos relativos à habilitação deverão ser apresentados em envelope fechado e de preferência, encadernados ou grampeados em ordem sequencial, ter todas as páginas numeradas e rubricadas por representante legal da licitante e poderão ser apresentados em original, por qualquer processo de cópia autenticada por cartório competente ou publicação em órgão da Imprensa Oficial ou ainda autenticados PREVIAMENTE por conferência por servidor da Prefeitura Municipal de São Carlos, devidamente identificado, mediante a apresentação do original.

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

**12.3.** As certidões deverão ser apresentadas dentro do respectivo prazo de validade. Caso não conste prazo de validade no corpo da certidão, considerar-se-á o prazo de 60 (sessenta) dias da data de emissão, respeitado o teor do item 12.1.4.1. b.

### XIII - CONDIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO

**13.1.** Poderão participar desta licitação quaisquer empresas interessadas que atendam às condições deste Edital.

**13.2.** Não poderão participar desta licitação empresas em forma de Consórcio, empresas com mais de uma proposta,





# Prefeitura Municipal de São Carlos

## Departamento de Procedimentos Licitatórios

### Comissão Permanente de Licitação

empresas impedidas de licitar ou contratar com a Administração Pública, ou ainda em processo de liquidação, falência ou concordata e cujo dirigente seja funcionário e/ou prestador de serviços da PREFEITURA;

**13.3.** Não será permitida a subcontratação total ou parcial dos serviços decorrentes desta licitação, sem a prévia e expressa anuência da Prefeitura.

**13.4.** Não serão aceitas propostas que não contiverem oferta para a totalidade do objeto desta licitação.

**13.5.** Cada licitante poderá nomear representante para atuar em seu nome nos atos desta licitação, mediante apresentação de procuração por instrumento público ou particular ou carta-credencial, conferindo poderes ao representante para atuar em todas as fases deste procedimento licitatório, inclusive para oferecer impugnações, assinar atas, interpor ou renunciar ao direito de interposição de recursos e para todos os demais atos necessários.

**13.5.1.** Caso seja titular da empresa, deverá portar documento que comprove sua capacidade de representar a mesma.

**13.5.2.** A ausência de representação ou a incorreção de qualquer dos documentos referidos neste item não inabilitará a licitante, mas impedirá o representante de se manifestar e responder pela mesma no transcurso do certame.

**13.6.** Não será permitida a participação de um mesmo representante para mais de uma licitante.

**13.7.** A participação nesta Concorrência implica para a licitante:

- a) A aceitação plena e irrevogável das normas constantes do presente Edital e dos seus Anexos;
- b) A confirmação de que recebeu da Comissão o envelope nº 1, bem como todos os documentos e informações necessários à participação nesta licitação;
- c) A observância dos preceitos legais e regulamentares em vigor;
- d) A responsabilidade pela veracidade das informações e dos documentos que apresentar durante a licitação.
- e) A assunção todos os custos de elaboração e apresentação das Propostas e dos Documentos de Habilitação exigidos nesta Concorrência, independentemente da condução ou do resultado da licitação.

**13.8.** A credencial ou procuração integrará os autos do respectivo processo administrativo e deverá ser entregue em separado por ocasião da primeira sessão, no local, data e horário designados no preâmbulo deste edital.

#### XIV - ESCLARECIMENTOS SOBRE O EDITAL

**14.1.** Informações sobre o edital estão disponíveis no site: [www.saocarlos.sp.gov.br](http://www.saocarlos.sp.gov.br)

**14.2.** Os interessados deverão retirar o Edital no Departamento de Procedimentos Licitatórios, à Rua Episcopal, 1.575 – 3º andar – Centro – São Carlos, em dias úteis, das 08:00 as 18:00 horas, até o dia 10 de janeiro de 2020.

**14.3.** Até 5 (cinco) dias úteis imediatamente anteriores àquele designado para a entrega dos envelopes, a interessada poderá obter informações ou esclarecimentos relativos a esta licitação.

**14.4.** Os pedidos de esclarecimentos deverão ser encaminhados por escrito, assinados pelo representante legal da empresa e endereçados à Comissão Permanente de Licitações, situada na Rua Episcopal, nº 1575, 3º andar, Centro, Fone (16) 3362.1162, de segunda a sexta-feira, das 08h00min às 12h00min e das 14h00min às 18h00min.

**14.4.1.** A solicitação de esclarecimento não deve utilizar termos que possam propiciar a identificação da proposta da licitante perante a Subcomissão Técnica, quando do julgamento da Via Não Identificada do Plano de Comunicação Publicitária – envelope nº 1.

**14.5.** A PREFEITURA dará conhecimento das consultas e respectivas repostas, sem informar a identidade da licitante consulente, exclusivamente por meio da internet, no endereço [www.saocarlos.sp.gov.br](http://www.saocarlos.sp.gov.br).

**14.6.** Cabe à licitante interessada acessar o referido endereço para conhecer as consultas e as respectivas repostas.

**14.7.** Os pedidos de esclarecimentos não constituirão, necessariamente, motivos para que se alterem a data e o horário da Reunião de Licitação.



# Prefeitura Municipal de São Carlos

## Departamento de Procedimentos Licitatórios

### Comissão Permanente de Licitação

14.8. As alterações do Edital que afetarem a formulação da proposta serão comunicadas aos interessados que o retiraram e divulgadas pela mesma forma que se deu com o texto original, reabrindo-se o prazo inicialmente estabelecido.

#### **XV. DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA DE AVALIAÇÃO E JULGAMENTO**

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

15.2. As Propostas Técnicas serão analisadas e julgadas por Subcomissão Técnica, constituída por meio de Portaria, nos termos do artigo 10 da LEI Nº 12.232, de 29 de abril de 2010.

15.3. 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.

#### **XVI. DO CRITÉRIO DE JULGAMENTO**

16.1. 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, inciso III e 46, parágrafos 1º e 2º da Lei 8.666/93.

16.2. O julgamento das Propostas Técnicas será realizado pela Subcomissão Técnica, prevista no item **XV**, que julgará conforme os seguintes atributos dos quesitos desenvolvidos pela licitante:

#### **I – PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA**

a) Raciocínio Básico – a acuidade de compreensão sobre:

- entendimento do cliente e sua atuação;
- o desafio de comunicação;
- as necessidades de comunicação da PREFEITURA para enfrentar o desafio de comunicação.

b) Estratégia de Comunicação Publicitária

- i. Adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza e à qualificação da PREFEITURA e ao desafio de comunicação;
- ii. Consistência lógica e 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;
- vi. Capacidade de articular os conhecimentos sobre a comunicação da PREFEITURA, o desafio de comunicação a ser enfrentado, seu público, os objetivos geral e específicos de comunicação e a verba disponível.

c) Ideia Criativa

- i. Adequação ao desafio de comunicação;
- ii. Adequação à estratégia de comunicação publicitária sugerida pela licitante;
- iii. Adequação ao universo cultural do público-alvo;
- iv. Multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;
- v. Originalidade da combinação dos elementos que a constituem;
- vi. Simplicidade da forma sob a qual se apresenta;
- vii. Pertinência às atividades de comunicação da PREFEITURA, assim como sua inserção nos contextos social, político e econômico;
- viii. Desdobramentos comunicativos que ensejam conforme demonstrado nos exemplos de peças e/ou materiais apresentados;
- ix. Exequibilidade das peças e/ou materiais;
- x. Compatibilidade da linguagem utilizada nas peças e/ou nos materiais aos meios e aos públicos propostos.



# Prefeitura Municipal de São Carlos

## Departamento de Procedimentos Licitatórios

### Comissão Permanente de Licitação

#### 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 **(16.3, 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 dos materiais;
- vi. Otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa.

#### II – CAPACIDADE DE ATENDIMENTO

- a) Porte e tradição dos clientes atuais da licitante e o conceito de seus produtos e serviços no mercado;
- b) Experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias;
- 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, esquematizado na proposta;
- f) Relevância e utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que a licitante colocará regularmente à disposição da 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 das peças e/ou materiais;
- c) Clareza da exposição das informações prestadas.

#### IV – RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO

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

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

#### I – Plano de Comunicação Publicitária: 70 (setenta)

##### a) Raciocínio Básico: 10 (dez)

- Conhecimento das características gerais da Prefeitura Municipal de São Carlos e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação;
- Da natureza, da extensão e da qualidade das relações da prefeitura de São Carlos com seus públicos;
- Do papel da prefeitura de São Carlos no atual contexto social, econômico e político;
- Do problema específico da prefeitura de São Carlos;

##### b) Estratégia de Comunicação Publicitária: 20 (vinte)

- i. Adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza e à qualificação da PREFEITURA e ao desafio de comunicação;
- ii. Consistência lógica e 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



# Prefeitura Municipal de São Carlos

## Departamento de Procedimentos Licitatórios

### Comissão Permanente de Licitação

comunicação;

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

vi. Capacidade de articular os conhecimentos sobre a comunicação da PREFEITURA, o desafio de comunicação a ser enfrentado, seu público, os objetivos geral e específicos de comunicação e a verba disponível.

#### **c) Ideia Criativa: 25 (vinte e cinco)**

i. Adequação ao desafio de comunicação;

ii. Adequação à estratégia de comunicação publicitária sugerida pela licitante;

iii. Adequação ao universo cultural do público-alvo;

iv. Multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;

v. Originalidade da combinação dos elementos que a constituem;

vi. Simplicidade da forma sob a qual se apresenta;

vii. Pertinência às atividades de comunicação da PREFEITURA, assim como sua inserção nos contextos social, político e econômico;

viii. Desdobramentos comunicativos que ensejam conforme demonstrado nos exemplos de peças e/ou materiais apresentados;

ix. Exequibilidade das peças e/ou materiais;

x. Compatibilidade da linguagem utilizada nas peças e/ou nos materiais aos meios e aos públicos propostos.

#### **d) Estratégia de Mídia e Não Mídia: 15 (quinze)**

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 **(16.3, 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 dos materiais;

vi. Otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa.

#### **II – Capacidade de Atendimento: 15 (quinze)**

a) Porte e tradição dos clientes atuais da licitante e o conceito de seus produtos e serviços no mercado;

b) Experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias;

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, esquematizado na proposta;

f) Relevância e utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que a licitante colocará regularmente à disposição da PREFEITURA, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato.

#### **III – Repertório: 10 (dez)**

a) Ideia Criativa e sua pertinência ao problema que a licitante se propôs resolver;

b) Qualidade da execução e do acabamento das peças e/ou materiais;

c) Clareza da exposição das informações prestadas.

#### **IV – Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação: 5 (cinco)**

a) Evidência de planejamento publicitário;

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

c) Relevância dos resultados apresentados;

d) Concatenação lógica da exposição.

**16.3.1.** Cada membro da Subcomissão Técnica atribuirá pontos individuais a cada um dos quesitos, de acordo com a



# Prefeitura Municipal de São Carlos

## Departamento de Procedimentos Licitatórios

### Comissão Permanente de Licitação

pontuação máxima prevista no item **16.3.**, obedecidos intervalos de 0,5 (meio) ponto.

**16.3.2.** A pontuação do quesito corresponderá à média aritmética dos pontos atribuídos a ele pelos membros da Subcomissão Técnica.

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

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

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

**16.4.** Será desclassificada a licitante que:

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

II – obtiver pontuação zero em quaisquer dos quesitos de sua Proposta Técnica;

III – não alcançar, no julgamento de sua Proposta Técnica, a nota mínima de 50 (cinquenta) pontos;

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

**16.5.** Será considerada mais bem classificada, na fase de julgamento da Proposta Técnica, a licitante que obtiver a maior nota, observadas as condições mínimas indicadas no subitem **16.4., II e III.**

**16.6.** 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 quesitos 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.

**16.6.1.** Persistindo o empate, a decisão será feita por sorteio, a ser realizado na própria sessão prevista no subitem **17.9** ou em ato público marcado pela Comissão, para o qual serão convidadas todas as licitantes.

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

#### **DO JULGAMENTO DA PROPOSTA DE PREÇOS**

**16.8.** Na sessão pública designada pela Comissão Permanente de Licitações serão abertos os Envelopes nº 4 – Proposta Comercial – que serão rubricados pela Comissão Permanente de Licitações e pelas agências presentes.

**16.8.1.** Uma vez classificadas as Propostas Comerciais, será analisado se as propostas de preço atendem as condições previstas no item **10.3** deste edital.

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

#### **AS PROPOSTAS COMERCIAIS CORRESPONDEM A 30% DA PONTUAÇÃO FINAL**

**a) 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, respeitadas as condições estabelecidas no quesito 10.3.:**

A cada ponto percentual de honorários oferecido corresponderá a um decréscimo de 2,8571 pontos sobre a pontuação máxima de **40,00 (quarenta) pontos** de acordo com a seguinte fórmula:

**Pontos** = (percentual de honorários x -2,8571) + 40, considerando um máximo permitido de **10% (dez por cento)**.

Para efeito de cálculo, o percentual de honorário oferecido será arredondado para duas casas decimais, assim como o resultado obtido.





# Prefeitura Municipal de São Carlos

Departamento de Procedimentos Licitatórios

Comissão Permanente de Licitação

## Exemplo de Classificação:

0,00% de honorários = 40,00 pontos  
3,00% de honorários = 31,43 pontos  
5,00 % de honorários = 25,71 pontos  
7,80% de honorários = 17,71 pontos  
10,00% de honorários = 11,43 pontos

## **b) Desconto sobre a Tabela de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de São Carlos respeitadas as condições estabelecidas no quesito 10.3.:**

- Valor do maior desconto (x%): = **20,00 (vinte) pontos** (100% de pontos), considerando um desconto mínimo permitido de **30% (trinta por cento)**.

- Os demais valores apresentados serão uma razão proporcional do maior desconto, sendo aplicada a mesma razão dos pontos determinados para o maior desconto.

- No resultado serão consideradas apenas duas casas decimais

### Exemplo 1 de Classificação, considerando 100% o maior percentual de desconto:

1º - 100% - 20,00 pontos  
2º - 90% - 18 pontos  
3º - 87% - 17,40 pontos  
4º - 30% - 6,0 pontos

### Exemplo 2 de Classificação, considerando 78% o maior percentual de desconto:

1º - 78% - 20,00 pontos  
2º - 70% - 17,95 pontos  
3º - 65% - 16,67 pontos  
4º - 30% - 7,69 pontos

## **c) Percentual de honorários incidente sobre o custo dos 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, respeitadas as condições estabelecidas no quesito 10.3.:**

A cada ponto percentual de honorários oferecido corresponderá a um decréscimo de 2,8571 pontos sobre a pontuação máxima de **40,00 (quarenta) pontos** de acordo com a seguinte fórmula:

**Pontos** = (percentual de honorários x -2,8571) + 40, considerando um máximo permitido de **10% (dez por cento)**.

Para efeito de cálculo, o percentual de honorário oferecido será arredondado para duas casas decimais, assim como o resultado obtido.

### Exemplo de Classificação:

0,00% de honorários = 40,00 pontos  
3,00% de honorários = 31,43 pontos



# Prefeitura Municipal de São Carlos

Departamento de Procedimentos Licitatórios

Comissão Permanente de Licitação

5,00 % de honorários = 25,71 pontos  
7,80% de honorários = 17,71 pontos  
10,00% de honorários = 11,43 pontos

**16.8.3.** Será considerada a melhor proposta comercial aquela que atingir a maior pontuação através da fórmula **NFPC = (D1 + D2 + D3)**, onde:

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 Carlos

D3 – Desconto sobre honorários dos serviços de desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação

## **JULGAMENTO FINAL DAS PROPOSTAS**

**16.9.** O julgamento final das Propostas Técnicas e de Preço desta concorrência será feito de acordo com o rito previsto na Lei 8.666/93 para o tipo TÉCNICA E PREÇO, nos itens **16.7. e 16.8.3.** supra.

**16.11.** 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:

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

PF = Pontuação Final

NFPT = Pontuação Final relativa à Proposta Técnica

NFPC = Pontuação Final relativa à Proposta Comercial

16.12. 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.

16.13. Após a utilização do critério de desempate disposto no item 16.12., persistindo o empate, a decisão se fará através de sorteio.

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

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

16.16 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.

## **XVII. DO PROCEDIMENTO DA LICITAÇÃO**

### **17. REUNIÃO DE LICITAÇÃO**

**17.1.** A reunião de licitação será realizada em 4 (quatro) sessões públicas, observados os procedimentos previstos neste Edital e na legislação.

**17.1.1.** Todos os fatos relevantes, pertinentes ao objeto da Licitação, ocorridos durante a reunião de licitação serão



# Prefeitura Municipal de São Carlos

## Departamento de Procedimentos Licitatórios

### Comissão Permanente de Licitação

registrados em ata circunstanciada.

**17.2.** A participação de representante de qualquer licitante ocorrerá mediante a prévia entrega de documento hábil, conforme estabelecido no subitem **4.1**.

**17.3.** Os representantes das licitantes presentes poderão nomear comissão constituída de alguns dentre eles para, em seu nome, tomar conhecimento e rubricar as Propostas Técnicas, de Preço e os Documentos de Habilitação, nas respectivas sessões públicas.

**17.4.** 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 julgamento da Subcomissão Técnica, por essa Subcomissão, desde que não firam o entendimento da proposta e o ato não acarrete violação aos princípios básicos da licitação.

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

**17.6.** 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.

**17.7.** Se os envelopes lacrados das licitantes desclassificadas 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**

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

I – identificação dos representantes das licitantes, por meio da abertura do envelope de credenciamento com o(s) documento(s) exigido(s) no subitem **4.1 e 12.1.4.4.3**;

II – apresentação pela Comissão dos envelopes nºs 1, 2, 3 e 4.

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

IV – rubrica no fecho dos envelopes nºs 2, 3 e 4.

V – acondicionamento dos envelopes nºs 2 e 4 em receptáculo específico com rubrica no seu respectivo fecho pela Comissão e representantes das licitantes;

VI – Exame do conteúdo dos envelopes nº 1 e retenção destes, acondicionando-os em envelope único, lacrado e rubricado pelos presentes.

VII - Abertura do envelope nº 3, exame e rubrica de seu respectivo conteúdo pela Comissão e representantes das licitantes presentes. Esta documentação ficará sob guarda da Comissão Permanente de Licitação até o momento de envio à Subcomissão Técnica, para sua análise, em envelope único, lacrado em seu fecho e rubricado pelos presentes.

VIII – Encerramento da Sessão com a lavratura da respectiva ATA.

**17.8.1.** Após a abertura da sessão pública, nenhum outro envelope, documento ou embalagem será recebido.

**17.8.2.** O envelope 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 envelope 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.

**17.8.2.1.** O não recebimento do envelope nº 1 implica o não recebimento dos demais envelopes da licitante e seu consequente impedimento de participar da Concorrência.

**17.8.3.** A Comissão 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.

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

**17.8.5.** Se, ao examinar e/ou rubricar os conteúdos dos envelopes nºs 1 e 3, for constatada ocorrência que possibilite,



# Prefeitura Municipal de São Carlos

## Departamento de Procedimentos Licitatórios

### Comissão Permanente de Licitação

inequivocamente, a identificação da autoria do Plano de Comunicação Publicitária, a Comissão desclassificará a licitante e ficará de posse de todos os seus envelopes até que expire o prazo para recursos relativos a essa fase.

**17.8.7.** Os envelopes n<sup>os</sup> 2 e 4 permanecerão fechados sob guarda e responsabilidade da Comissão, em envelope único, lacrado e rubricado pelos presentes..

**17.8.8.** Após a análise e os trâmites administrativos pertinentes ao conteúdo dos envelopes n<sup>os</sup> 1 e 3, as licitantes não poderão desistir de suas Propostas, salvo por motivo justo, decorrente de fato superveniente e aceito pela Comissão.

I – encaminhamento, pela Comissão à Subcomissão Técnica, dos envelopes n<sup>os</sup> 1, com as Vias Não Identificadas do Plano de Comunicação Publicitária apresentados pelas licitantes.

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 das justificativas das razões que as fundamentaram em cada caso, juntamente com a documentação avaliada, em envelope único, lacrado.

IV – encaminhamento, pela Comissão à Subcomissão Técnica, dos envelopes n<sup>o</sup> 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 das justificativas das razões que as fundamentaram em cada caso, em envelope único, lacrado.

**17.8.9. Se alguma Proposta Técnica for desclassificada com fundamento no subitem 16.4, I, a Subcomissão Técnica atribuirá pontuação a cada quesito da Proposta e lançará sua pontuação em planilhas que ficarão acondicionadas em envelope fechado e rubricado no fecho pelos membros da Subcomissão Técnica, até que expire o prazo para recursos relativos a essa fase.**

**17.8.9.1.** O disposto no subitem 17.8.9 não se aplica aos casos em que o descumprimento resulte na identificação da licitante antes da abertura dos envelopes n<sup>o</sup> 2.

**17.8.10.** As planilhas previstas nos incisos III e VI do subitem 17.8.8. conterão, respectivamente, as pontuações de cada membro para cada quesito do Plano de Comunicação Publicitária apresentado pelas licitantes e as pontuações de cada membro para os quesitos Capacidade de Atendimento, Repertório e Relato de Soluções de Problemas de Comunicação de cada licitante.

## SEGUNDA SESSÃO

**17.9.** Após receber as atas de julgamento das Propostas Técnicas (envelopes números 1 e 3), as respectivas planilhas de julgamento e 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 dos envelopes encaminhados pela Subcomissão de Avaliação;

III – abertura do receptáculo contendo os envelopes n<sup>os</sup> 2 e 4;

IV – abertura e rubrica do conteúdo dos envelopes n<sup>o</sup> 2 e conferência do fecho do envelope n<sup>o</sup> 4;

V – cotejo das Vias Não Identificadas (envelope n<sup>o</sup> 1) com as Vias Identificadas (envelope n<sup>o</sup> 2) do Plano de Comunicação Publicitária, para identificação de sua autoria;

VI – elaboração da planilha geral com o somatório das pontuações atribuídas ao Plano de Comunicação Publicitária e separadamente, aos demais quesitos de cada Proposta Técnica;

VII – proclamação do resultado do julgamento geral da Proposta Técnica;

VIII – adoção dos procedimentos previstos no subitem 16.6., em caso de empate, após a decisão final;

IX - publicação do resultado do julgamento da proposta técnica, com a indicação dos proponentes desclassificados e da ordem de classificação organizada pelo nome dos licitantes, abrindo-se prazo para interposição de recurso, conforme disposto na alínea b do inciso I do art. 109 da Lei n<sup>o</sup> 8.666, de 21 de junho de 1993;

X – Encerramento da Sessão com a lavratura da respectiva ATA.

## TERCEIRA SESSÃO

**17.10.** A Comissão convocará as licitantes classificadas para participar da terceira sessão pública que terá a seguinte



# Prefeitura Municipal de São Carlos

## Departamento de Procedimentos Licitatórios

### Comissão Permanente de Licitação

pauta básica:

- I – identificação dos representantes das licitantes presentes e coleta de suas assinaturas na lista de presença;
- II – abertura dos envelopes nº 4, exame e rubrica do seu conteúdo pela Comissão e pelos representantes das licitantes presentes;
- III – avaliação e a valorização das propostas de preços, de acordo com critérios objetivos preestabelecidos no instrumento convocatório, item **16.8**;
- IV - a classificação dos proponentes far-se-á de acordo com a média ponderada das valorizações das propostas técnicas e de preço, de acordo com os pesos preestabelecidos no instrumento convocatório, item **16.11**.
- V – declaração da classificação das pontuações finais, em ordem crescente;
- VI - Será considerada vencedora do julgamento final das Propostas a licitante melhor classificada em conformidade com o item **16.11**.
- VII - publicação do resultado do julgamento final das propostas, abrindo-se prazo para interposição de recurso, conforme disposto na [alínea b do inciso I do art. 109 da Lei nº 8.666, de 21 de junho de 1993](#);
- VIII – Encerramento da Sessão com a lavratura da respectiva ATA.

#### QUARTA SESSÃO

**17.11.** A Comissão convocará as licitantes classificadas no 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 do envelope nº 5 a ser entregue pela licitante melhor classificada, exame e rubrica do seu conteúdo pela Comissão e pelos representantes das licitantes presentes;
- III – Habilitar ou inabilitar o licitante;
- IV – informação de que o resultado dá habilitação será divulgado na forma da lei, com a indicação dos proponentes habilitados e inabilitados;
- V – Encerramento da Sessão com a lavratura da respectiva ATA.

**17.12.** Na hipótese de todas as propostas de preço serem desclassificadas ou de todas as licitantes serem inabilitadas, a Comissão poderá fixar às licitantes o prazo de 8 (oito) dias úteis para apresentação de novo documento ou de outras propostas escoimadas das causas que tenham determinado, respectivamente, a desclassificação ou a inabilitação.

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

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

#### XVIII – DAS IMPUGNAÇÕES AO EDITAL E DOS RECURSOS ADMINISTRATIVOS

**18.1.** Caberá impugnação à presente licitação, nos termos do artigo 41 da Lei Federal nº 8.666/93, devidamente atualizada por legislações posteriores.

**18.2.** As impugnações ao ato convocatório serão recebidas somente no prazo legal.

**18.3.** Decairá do direito de impugnar os termos do edital de licitação perante a administração o licitante que não o fizer até o segundo dia útil que anteceder a abertura dos envelopes de habilitação e o cidadão/entidade que não se manifestar até o quinto dia útil que anteceder a abertura dos envelopes de habilitação, apontando as falhas ou irregularidades que viciariam esse edital, hipótese em que tal comunicação não terá efeito de recurso.

**18.3.1.** Considera-se licitante, para efeito do subitem **18.3** a empresa que tenha retirado o presente Edital na forma do subitem **14.2**.

**18.4.** A impugnação também poderá ser enviada para o e-mail [licitacao@saocarlos.sp.gov.br](mailto:licitacao@saocarlos.sp.gov.br) caso em que o original deverá ser apresentado no endereço do subitem **18.8**, no prazo de cinco dias contados da recepção do e-mail, desde que a apresentação física da impugnação atenda ao prazo indicado no subitem **18.3**.

**18.5.** A apresentação de impugnação após o prazo estipulado no subitem **18.3** ou sem o protocolo do original, no caso





# Prefeitura Municipal de São Carlos

## Departamento de Procedimentos Licitatórios

### Comissão Permanente de Licitação

do subitem **18.2**, implica o seu recebimento como mera informação.

**18.5.1.** A impugnação tempestiva não impede a licitante de participar da licitação, até o trânsito em julgado da decisão a ela pertinente.

**18.6.** Não serão conhecidas as impugnações e recursos apresentados fora do prazo legal, subscrito por representante não habilitado legalmente, ou não identificado no processo para responder pelo proponente.

**18.7.** Os recursos administrativos contra atos da Comissão Permanente de Licitações poderão ser interpostos nos termos do artigo 109 da Lei Federal nº 8.666/93 e suas alterações posteriores.

**18.8.** Os recursos e impugnações deverão ser protocolados perante a Comissão Permanente de licitações, situada na Rua Episcopal, nº1575, Centro, CEP 13.560-570, no horário de expediente normal, ou seja, de segunda a sexta-feira, das 8h00min às 12h00min e das 14h00min às 18h00min.

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

**18.10.** Havendo recurso, será dado conhecimento do mesmo aos demais licitantes, para que em igual prazo, manifestem suas contrarrazões, sendo-lhes assegurada vistas ao processo.

**18.11.** A Comissão Permanente de Licitações apreciará os recursos e contrarrazões e, caso não reconsidere sua posição, caberá à autoridade máxima competente, o Prefeito Municipal, a decisão em grau final.

**18.12.** A decisão em grau de recurso será definitiva e dela dar-se-á conhecimento mediante publicação no Diário Oficial do Município de São Carlos – SP.

**18.13.** A interposição de recursos ou o uso de meios meramente protelatórios para tentar impedir o curso normal do processo licitatório é crime tipificado no art. 93 da Lei Federal 8.666/93, sujeitando-se o recorrente às sanções legais e administrativas aplicáveis.

## **XIX - DO CONTRATO**

**19.1.** A contratação será formalizada mediante assinatura do contrato, para cuja assinatura as licitantes adjudicatárias terão o prazo de 10 (dez) dias úteis contados a partir do recebimento da respectiva convocação da PREFEITURA.

**19.2.** Como condição para a assinatura do contrato, sem prejuízo das demais disposições previstas neste Instrumento, as licitantes adjudicatárias deverão apresentar a documentação exigida na habilitação, porventura vencida após a reunião de licitação, devidamente atualizada;

**19.3.** A recusa em assinar o contrato ou o não atendimento das condições previstas no subitem **19.2** implica a decadência do direito à contratação, sem prejuízo da aplicação de penalidades previstas no item **21**.

**19.3.1.** A decadência do direito à contratação autoriza a PREFEITURA a, independentemente de qualquer aviso ou notificação, revogar a licitação, ou convocar as licitantes remanescentes, na ordem de classificação para, atendendo ao subitem **19.2**, assinar o contrato em igual prazo e nas mesmas condições apresentadas na proposta da licitante que deixou de assinar o contrato.

**19.3.2.** Não se aplicam às licitantes remanescentes as penalidades previstas no subitem **19.3**.

**19.4.** As licitantes adjudicatárias terão o prazo de 10 (dez) dias, contados da data da publicação da **HOMOLOGAÇÃO** desta licitação na imprensa oficial, para apresentar a garantia prevista no item **20**.

**19.5.** Integrarão os contratos a serem firmados, independentemente de transcrição, as condições estabelecidas neste Edital e em seus anexos, os elementos apresentados pelas respectivas licitantes adjudicatárias que tenham servido de base para o julgamento desta Concorrência.



# Prefeitura Municipal de São Carlos

## Departamento de Procedimentos Licitatórios

### Comissão Permanente de Licitação

19.6. O prazo de vigência do contrato será de 12 (doze) meses podendo ser prorrogado, na forma da lei, observada a **cláusula quarta** do **Anexo VI** – Minuta do Contrato.

19.7. A remuneração às contratadas, pelos serviços prestados, será feita nos termos das **Cláusulas Nona e Décima** do **Anexo VI** – Minuta do Contrato, consoante os preços estabelecidos em suas respectivas Propostas de Preço.

19.7.1. A forma e as condições de pagamento são as constantes da minuta do contrato.

19.8. As agências deverão centralizar o comando da publicidade da PREFEITURA em São Carlos, comprovando no prazo máximo de 30 (trinta) dias, a contar da data da assinatura do contrato, que têm nessa cidade estrutura de atendimento representada, no mínimo, pelos profissionais indicados, conforme subitem **11.1.20** do **Anexo VI** – Minuta do contrato:

I – dois na área de atendimento;

II – um na área de planejamento;

III – dois na área de criação;

IV – dois nas áreas de produção impressa, eletrônica e de design/computação gráfica;

V – três na área de mídia.

## XX - DAS GARANTIAS NA CONTRATAÇÃO

20.1. Ficará o adjudicatário do objeto da licitação obrigado a depositar a importância correspondente a 1% (hum por cento) do valor do contrato até 10 dias após notificado pela Prefeitura Municipal de São Carlos.

20.1.1. A garantia não poderá ter validade inferior a 12 (doze) meses da data da contratação.

20.1.2. A garantia poderá ser feita em **moeda corrente nacional**, **Seguro Garantia** ou **Carta de Fiança Bancária**, pelo seu valor nominal, não onerados com cláusula de impenhorabilidade, inalienabilidade ou incomunicabilidade.

20.1.3. A CONTRATADA poderá, a qualquer tempo, solicitar a substituição da garantia contratual por outra modalidade prevista na Lei 8.666/93.

20.1.4. Quando a garantia for prestada na Tesouraria Municipal de São Carlos, deverá ser efetuada até a data da abertura da licitação.

20.1.5. Quando a garantia da proposta for feita em documento bancário ou similar e este não for honrado pelo banco, a empresa licitante ficará suspensa de participar de licitações e impedida de contratar com o Município de São Carlos pelo prazo de 02 (dois) anos, sem prejuízo das demais sanções cíveis.

20.2. A devolução da garantia ou seu saldo será liberada ou restituída, a pedido da CONTRATADA no prazo de 90 (noventa) dias, após o término do prazo de vigência deste CONTRATO mediante certificação, por seus Gestores, de que os serviços foram realizados a contento e desde que tenham sido cumpridas todas as obrigações aqui assumidas e a apresentação da CND - Certidão Negativa de Débito expedida pelo INSS, relativa à prestação de serviços objeto da presente licitação.

20.2.1. Se a opção da garantia recair em seguro-garantia ou fiança bancária, no título apresentado deverá constar expressamente:

I – cobertura da responsabilidade decorrente de aplicação de multas de caráter punitivo;

II – vigência da garantia, observado o prazo previsto no subitem **20.1.1.**;

III – cláusula de renúncia do fiador aos benefícios dos art. 827 e 835 do Código Civil Brasileiro;

IV – o prazo máximo de pagamento da indenização de 30 (trinta) dias.

20.2.1.1. Quando apresentada em seguro-garantia ou fiança bancária, a CONTRATADA poderá apresentar mais de uma apólice para o atendimento integral das obrigações contratadas.

20.2.1.2. Não serão aceitos seguro-garantia ou fiança bancária que contiverem cláusulas contrárias aos interesses da PREFEITURA.

20.2.1.3. A Carta de Fiança ou a Apólice de Seguro-Garantia deverá ser acompanhada do rol exaustivo da documentação necessária à caracterização do sinistro para fins de indenização.

20.3. A CONTRATADA se obriga a complementar o valor da garantia em até 72 (setenta e duas) horas contados da data da notificação da PREFEITURA, nos casos de uso, total ou parcial, do valor da garantia, no pagamento de qualquer obrigação vinculada a este CONTRATO, incluída a indenização a terceiros.



# Prefeitura Municipal de São Carlos

## Departamento de Procedimentos Licitatórios

### Comissão Permanente de Licitação

**20.4.** A garantia deverá ser renovada, na hipótese de prorrogação deste CONTRATO, ou atualizada no caso de alteração do valor contratual, em até 10 (dez) dias úteis após a notificação, antes da assinatura do respectivo Termo Aditivo.

#### **XXI. DAS PENALIDADES**

**21.1.** O descumprimento total ou parcial das obrigações assumidas pelas licitantes acarretará a aplicação, a juízo da contratante, das seguintes sanções, independentemente do cancelamento da nota de empenho e da rescisão contratual:

- a) Advertência;
- b) Multa de até 20% (vinte por cento) do valor do contrato;
- c) Suspensão temporária do direito de participar em licitação da CONTRATANTE e impedimento de contratar com a Administração Pública;
- d) Declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com Administração Pública, enquanto perdurarem os motivos determinantes da punição.

**21.2.** A multa, aplicada após regular processo administrativo, será descontada da garantia prestada, do valor devido à CONTRATADA, cobrada judicialmente ou extrajudicialmente, a critério da CONTRATANTE.

**21.3.** Da intenção de aplicação de quaisquer das penalidades previstas será concedido prazo para defesa prévia de 05 (cinco) dias úteis a contar da notificação.

**21.4.** Da aplicação da sanção caberá recurso no prazo de 05 (cinco) dias úteis, a contar da notificação.

#### **XXII. DAS CONDIÇÕES DE PAGAMENTO**

**22.1.** Os pagamentos decorrentes dos serviços executados serão efetuados em até 30 (trinta) dias a contar da entrega da fatura devidamente atestada pela Secretaria Municipal de Comunicação.

**22.2.** Para liquidação e pagamento de despesa referente aos serviços previamente autorizados pela PREFEITURA, a CONTRATADA deverá apresentar:

I – a correspondente nota fiscal, com discriminação do serviço prestado, com os valores unitários dos mesmos, número desta licitação e do contrato, obrigatoriamente, juntamente com os dados bancários e cópias autenticadas da folha de pagamento e das guias de recolhimento dos encargos previdenciários, que deverão ser emitidos especificamente para a execução dos serviços, objeto da presente licitação.

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

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

c) Quando referente ao pagamento de fornecedores e veículos, a nota fiscal também deverá conter o número do documento que autorizou a veiculação ou a produção do serviço e o nome empresarial do fornecedor com seu respectivo CNPJ, acompanhada da primeira via do documento fiscal do fornecedor de serviços especializado ou do veículo.

d) O CNPJ que deverá constar nas notas fiscais dos fornecedores de serviço especializado deverá ser o mesmo da cotação de preços que norteou a contratação.

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

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

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

**22.2.2.** As informações sobre a execução do contrato, com os nomes dos fornecedores de serviços especializados e de veículos de divulgação, serão divulgadas pela PREFEITURA na internet.

**22.2.3.** As informações sobre valores pagos serão divulgadas pelos totais de cada tipo de serviço de fornecedores e de



# Prefeitura Municipal de São Carlos

## Departamento de Procedimentos Licitatórios

### Comissão Permanente de Licitação

cada meio de divulgação.

**22.3.** O comprovante de veiculação a que se refere o subitem **22.2.1, IV** é constituído por:

I – revista e anuário: exemplar original;

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

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

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

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

b) Mídia exterior:

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

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

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

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

**22.3.1.** As formas de comprovação de veiculação em mídia não previstas nas alíneas “a”, “b”, e “c” do subitem **22.3., III**, serão estabelecidas formalmente pela PREFEITURA, antes da aprovação do respectivo Plano de Mídia.

**22.3.2.** Compete ao Gestor do contrato a conferência dos preços de tabela de cada inserção e os descontos negociados de que trata o artigo 15 da Lei no 12.232/2010, por ocasião da apresentação dos respectivos Planos de Mídia pela CONTRATADA à PREFEITURA.

**22.4.** Os documentos de cobrança e comprovação da execução e entrega dos serviços para liquidação e pagamento de despesas deverão ser encaminhados pela CONTRATADA à Secretaria Municipal de Comunicação.

**22.4.1.** Caso seja constatado erro ou irregularidade na documentação de cobrança e comprovação da execução e entrega dos serviços, a PREFEITURA, a seu juízo, poderá devolvê-la para as devidas correções, ou aceitá-la, com a glosa da parte que considerar indevida.

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

**22.4.3.** A PREFEITURA não pagará nenhum acréscimo pelo adiamento do pagamento em razão de pendência no cumprimento de quaisquer cláusulas contratuais.



# Prefeitura Municipal de São Carlos

## Departamento de Procedimentos Licitatórios

### Comissão Permanente de Licitação

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

I – Certificado de Regularidade de Situação do Fundo de Garantia por Tempo de Serviço – FGTS;

II – Certidão Negativa de Débito junto à Previdência Social – CND;

III – Certidão Conjunta de Regularidade com a Fazenda Federal (Quitação de Tributos e Contribuições Federais e Dívida Ativa da União);

IV- Certidões negativas de tributos estaduais e municipais emitidas pelos respectivos órgãos;

V – Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas – CNDT.

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

**22.5.2.** A não apresentação ou a irregularidade dos documentos listados no subitem **22.5.1.** não acarretará retenção do pagamento. Entretanto, a CONTRATADA será comunicada quanto à apresentação de tais documentos em até 30 (trinta) dias, sob pena de rescisão contratual e demais penalidades cabíveis.

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

**22.6.1.** Para efeito de contagem do prazo de atesto, a documentação recebida após as 17 horas será considerada entregue no dia útil subsequente.

**22.6.2.** Havendo disponibilidade e interesse da PREFEITURA, bem como solicitação da CONTRATADA, o pagamento eventualmente poderá ser antecipado, mediante desconto, nos termos do art. 40, XIV, “s” da Lei 8.666/93 e nas regras estabelecidas pela PREFEITURA.

**22.7.** A PREFEITURA não acata cobrança por meio de duplicatas ou qualquer outro título em bancos ou outras instituições do gênero.

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

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

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

**22.11.** A licitante CONTRATADA deverá cumprir os direitos trabalhistas previstos na legislação vigente, pertencentes aos trabalhadores que vierem a ser utilizados para a execução do objeto do Edital, sob pena de suspensão temporária do direito de contratar com o Município, bem como, a retenção dos pagamentos devidos, caso esteja em situação de mora salarial, conforme Termo de Ajustamento de Conduta - TAC, firmado entre a CONTRATANTE e o Ministério Público do Trabalho, nos autos do Inquérito n° 000647.2013.15.003/7-51.

### **XXIII – DISPOSIÇÕES GERAIS**

**23.1.** O edital, as especificações e toda a documentação pertinente ao processo licitatório são complementares entre si, de modo que qualquer omissão que possa ser suprida por outro documento não será tida como prejudicial.

**23.2.** O simples fato da participação na licitação importa em irrevogável adesão da licitante aos termos deste Edital, pelo que se obriga sob as sanções, ao integral cumprimento de sua proposta.

**23.3.** Será, ainda, de responsabilidade da proponente vencedora: obrigações decorrentes de acidente do trabalho ocorridos na execução dos serviços contratados; do uso indevido de patentes registradas; as resultantes de caso fortuito e por qualquer causa; pela destruição ou danificação do serviço em execução, até a definitiva aceitação do mesmo pela





# Prefeitura Municipal de São Carlos

## Departamento de Procedimentos Licitatórios

### Comissão Permanente de Licitação

fiscalização; pelas indenizações que possam vir a serem devidas a terceiros por fatos oriundos dos serviços contratados, ainda que ocorridos na via pública; pelas obrigações trabalhistas e encargos sociais decorrentes da prestação do serviço; pelo seguro de acidentes de seus empregados, e ainda pela quitação das exigências municipais, estaduais ou federais.

**23.4.** A Administração poderá rejeitar as propostas em caso de não preenchimento correto das condições e especificações constantes neste edital.

**23.5.** Poderá o presente certame ser revogado, anulado ou realizada a contratação do objeto licitado no todo ou em parte, nas hipóteses previstas no artigo 49 da Lei Federal 8.666/93 e alterações posteriores.

**23.6.** Na contagem de prazos excluir-se-á o dia de início e computar-se-á o de vencimento salvo se neste dia não houver expediente, caso em que se prorrogará até o dia útil subsequente.

**23.7.** As dúvidas e os questionamentos elaborados pelas empresas participantes do presente certame e os casos omissos serão solucionados pela Comissão Permanente de Licitações, com base nas disposições da Lei Federal 8.666/93 e suas alterações posteriores.

**23.8.** Quaisquer outras informações ou esclarecimentos poderão ser obtidos no endereço mencionado no preâmbulo deste Edital.

**23.9.** A licitante é responsável pela fidelidade e 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.

**23.10.** 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.

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

**23.12.** 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.

**23.13.** Se, durante a execução dos contratos, o instrumento firmado com a contratada for rescindido, a PREFEITURA poderá convocar as licitantes remanescentes, na ordem de classificação verificada nesta Concorrência, para dar continuidade à execução do objeto, desde que aceitem as mesmas condições oferecidas pela contratada e se disponham a cumprir todas as condições e exigências a que estiverem sujeitas as signatárias dos contratos.

**23.14.** 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.

**23.15.** 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.

**23.16.** Mediante parecer escrito e devidamente fundamentado, esta concorrência será anulada se ocorrer ilegalidade em seu processamento e poderá ser revogada, em qualquer de suas fases, por razões de interesse público decorrente de fato superveniente devidamente comprovado, pertinente e suficiente para justificar tal conduta.

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

**23.17.** A juízo da PREFEITURA, as campanhas publicitárias das propostas vencedoras da licitação que deu origem a este contrato poderão ou não vir a ser produzidas e distribuídas, com ou sem modificações nas suas exigências.



# Prefeitura Municipal de São Carlos

*Departamento de Procedimentos Licitatórios*

*Comissão Permanente de Licitação*

---

**23.18.** Integram o presente edital os seguintes anexos:

**ANEXO I - MODELO DE CARTA DE CREDENCIAMENTO**

**ANEXO II – MODELO DE TERMO DE COMPROMISSO;**

**ANEXO III – MODELO DE DECLARAÇÃO;**

**ANEXO IV – SUMÁRIO PARA CRIAÇÃO DE CAMPANHA PUBLICITÁRIA;**

**ANEXO V – CRITÉRIOS DE AVALIAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA;**

**ANEXO VI - MINUTA DO CONTRATO**

**ANEXO VII - MODELO DE PROPOSTA DE PREÇO**

**ANEXO VIII – BRIEFING**

**ANEXO IX – TERMO DE REFERÊNCIA**

**ANEXO X – TERMO DE CIÊNCIA E NOTIFICAÇÃO**

**23.19.** Fica eleito o Foro da Comarca de São Carlos/SP para dirimir litígios resultantes deste Edital.

**23.20.** Para conhecimento do público, expede-se o presente Edital.

São Carlos, 25 de novembro de 2019.

**Mário Luiz Duarte Antunes**  
Secretário Municipal de Fazenda



# Prefeitura Municipal de São Carlos

*Departamento de Procedimentos Licitatórios*

*Comissão Permanente de Licitação*

---

## ANEXO I - MODELO DE CARTA DE CREDENCIAMENTO

OBJETO: Contratação de Agência de Publicidade para prestação de serviços técnicos de publicidade para elaboração de projetos e campanhas para a Prefeitura do Município de São Carlos.

Concorrência Pública nº CP – 05/2019

Por meio da presente carta, credenciamos o (a) Senhor (a) ....., portador(a) da Cédula de Identidade ..... e CPF..... a participar da Licitação instaurada pela Prefeitura Municipal de São Carlos, na modalidade de concorrência no ....., 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.



# Prefeitura Municipal de São Carlos

*Departamento de Procedimentos Licitatórios*

*Comissão Permanente de Licitação*

---

## ANEXO II - MODELO DE TERMO DE COMPROMISSO

A empresa \_\_\_\_\_, com sede na \_\_\_\_\_, na cidade de \_\_\_\_\_, assume sob as penalidades cabíveis o presente Termo de Compromisso em realizar os serviços, segundo os valores constantes em sua proposta e nas condições mencionadas no Edital da Concorrência Pública 05/2019.

Por ser expressão da verdade.

Cidade \_\_\_\_\_, aos \_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de 2.019.

Assinatura do responsável



# Prefeitura Municipal de São Carlos

Departamento de Procedimentos Licitatórios

Comissão Permanente de Licitação

## ANEXO III – MODELO DE DECLARAÇÃO

A empresa \_\_\_\_\_, com sede na \_\_\_\_\_, na cidade de \_\_\_\_\_, declara sob as penalidades cabíveis:

- 1) Ter conhecimento do instrumento convocatório; ter recebido o envelope nº 1, assim como todos os documentos e informações necessários à participação na Concorrência, conhecendo e acatando as condições para o cumprimento das obrigações objeto da licitação;
- 2) Atendimento ao art. 27, inciso V da Lei 8.666/93: que não emprega menor de 18 (dezoito) anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre e não emprega menor de 16 (dezesesseis) anos.  
( ) Ressalva: contrata menor, a partir de 14 (quatorze) anos, na condição de aprendiz.  
(em caso afirmativo, assinalar).
- 3) Que não está impedida de licitar com o poder público por ter sido apenada com declaração de inidoneidade, por qualquer ente da Administração Pública, cujos efeitos se encontram pendentes ou sem que tenha sido reabilitado perante a autoridade que aplicou a penalidade;
- 4) Elaboração independente de Proposta:
  - a) Que a Proposta apresentada foi elaborada de maneira independente;
  - b) Que a intenção de apresentar a Proposta elaborada para participar desta Concorrência não foi informada, discutida ou recebida de nenhum outro participante potencial ou de fato desta Concorrência, por qualquer meio ou por qualquer pessoa;
  - c) Que não tentou, por qualquer meio ou por qualquer pessoa, influir na decisão de qualquer outro participante potencial ou de fato desta Concorrência quanto a participar ou não da referida licitação;
  - d) Que o conteúdo da Proposta apresentada para participar dessa Concorrência não será, no todo ou em parte, direta ou indiretamente, comunicado ou discutido com qualquer outro participante potencial ou de fato desta Concorrência antes da adjudicação do objeto da referida licitação, e
  - e) Que o conteúdo da Proposta apresentada para participar desta Concorrência não foi, no todo ou em parte, direta ou indiretamente, informado, discutido ou recebido de qualquer integrante da Assembleia Legislativa antes da abertura oficial das propostas.
- 5) Que todas as informações documentais e técnicas oferecidas são verdadeiras;
- 6) Que recebeu todas as informações necessárias para participar do certame e concorda com os termos do Edital;

Por ser expressão da verdade.

Cidade \_\_\_\_\_, aos \_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de 2.019.

Assinatura do responsável





# Prefeitura Municipal de São Carlos

Departamento de Procedimentos Licitatórios

Comissão Permanente de Licitação

## ANEXO IV – SUMÁRIO PARA CRIAÇÃO DA CAMPANHA PUBLICITÁRIA

### **4.1. ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL**

A Estratégia de Comunicação Institucional visa divulgar a atuação da Prefeitura do Município de São Carlos, seus serviços, suas operações com a comunidade na implantação de estratégias de administração participativa baseado em conceitos administrativos de cunho popular, com o objetivo específico de sedimentar e fortalecer a imagem institucional.

### **4.2. ESFORÇOS DE COMUNICAÇÃO**

A Prefeitura vem desenvolvendo ações de comunicação institucional de forma a evidenciar a sua atuação como geradora de benefícios sociais para a população. Isso se traduz num esforço do papel da comunicação nas áreas nevrálgicas do Município como educação, saúde, infra-estrutura urbana e transparência no trato com o dinheiro público.

O *briefing* contempla uma visão que norteará a campanha a ser desenvolvida na proposta técnica, os objetivos genéricos e específicos da administração, seus objetivos e estratégias de comunicação.

### **4.3. COMUNICAÇÃO GENÉRICA**

- A preservação e o fortalecimento da imagem institucional da Prefeitura, seja da administração direta ou indireta;
- Apresentar a Prefeitura como agente de desenvolvimento social integrando a Administração ao cidadão;
- Sedimentar e aprimorar o relacionamento Prefeitura/servidor e sensibilizar o corpo funcional para a postura profissional necessária ao cumprimento das metas estabelecidas em seus planos de atuação (*endomarketing*).

### **4.4. ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO**

- A comunicação da Administração deve conter informações objetivas, de modo a produzir conhecimento, esclarecimento, além de aumentar o respeito do cidadão com o Poder Público, consolidando sua credibilidade junto à comunidade;
- O enfoque da comunicação deverá ser fundamentado em objetivos definidos em informações eficientes, fornecidas por públicos internos e externos, obtidos sempre através de consultas, pesquisas, estudos de perfil e comportamento do consumidor dos serviços públicos;
- Divulgar os benefícios sociais proporcionados à sociedade nas áreas habitacional, de saneamento, desenvolvimento urbano, educação, saúde, através da Administração participativa e transparente;
- Adotar uma estratégia eficiente de *endomarketing*, de forma a propiciar o total engajamento do servidor aos seus objetivos profissionais;

### **4.5. COMUNICAÇÃO ESPECÍFICA**

- Abranger projetos específicos, obras, serviços e ação comunitária, da Administração direta ou indireta;
- Manter a população informada sobre serviços prestados pela Prefeitura a fim de garantir a qualidade dos mesmos;
- Criar campanhas que procurem orientar e promover a parceria com segmentos da comunidade e também levar ao conhecimento de todos os órgãos da sociedade civil as iniciativas de promoção social, mobilizando-os para a ação conjunta, no que diz respeito às camadas mais carentes;
- Objetivar uma publicidade institucional de utilidade pública.



# Prefeitura Municipal de São Carlos

Departamento de Procedimentos Licitatórios

Comissão Permanente de Licitação

## ANEXO V – CRITÉRIOS DE AVALIAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA

<b>RACIOCÍNIO BÁSICO</b> Pontuação máxima: 10 pontos		
<b>QUESITO</b>		<b>PONTUAÇÃO MÁXIMA</b>
Conhecimento das características gerais da Prefeitura Municipal de São Carlos e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação		<b>10</b>
Da natureza, da extensão e da qualidade das relações da prefeitura de São Carlos com seus públicos		
Do papel da prefeitura de São Carlos no atual contexto social, econômico e político		
Do problema específico da prefeitura de São Carlos		
<b>ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO</b> Pontuação máxima: 20 pontos		
<b>QUESITO</b>		<b>PONTUAÇÃO MÁXIMA</b>
Adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza e à qualificação da PREFEITURA e ao desafio de comunicação		<b>20</b>
Consistência lógica e pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito propostos		
Riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação da PREFEITURA com seus públicos		
Adequação e exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do desafio de comunicação		
Consistência lógica e pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta		
Capacidade de articular os conhecimentos sobre a comunicação da PREFEITURA, o desafio de comunicação a ser enfrentado, seu público, os objetivos geral e específicos de comunicação e a verba disponível		
<b>IDÉIA CRIATIVA</b> Pontuação máxima: 25 pontos		
<b>QUESITO</b>		<b>PONTUAÇÃO MÁXIMA</b>
Adequação ao desafio de comunicação		<b>25</b>
Adequação à estratégia de comunicação publicitária sugerida pela licitante		
Adequação ao universo cultural do público-alvo		
Multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta		
Originalidade da combinação dos elementos que a constituem		
Simplicidade da forma sob a qual se apresenta		
Pertinência às atividades de comunicação da PREFEITURA, assim como sua inserção nos contextos social, político e econômico		
Desdobramentos comunicativos que ensejam conforme demonstrado nos exemplos de peças e/ou materiais apresentados		
Exequibilidade das peças e/ou materiais		
Compatibilidade da linguagem utilizada nas peças e/ou nos materiais aos meios e aos públicos propostos		
<b>ESTRATÉGIA DE MÍDIA</b> Pontuação máxima: 15 pontos		
<b>QUESITO</b>		<b>PONTUAÇÃO MÁXIMA</b>



# Prefeitura Municipal de São Carlos

Departamento de Procedimentos Licitatórios

Comissão Permanente de Licitação

Conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação do público-alvo	15
Capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos	
Consistência do plano simulado de distribuição das peças e/ou dos materiais em relação aos dois subitens anteriores	
Pertinência e oportunidade demonstradas no uso dos recursos de comunicação próprios da PREFEITURA	
Economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças e/ou dos materiais	
Otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa	

<b>CAPACIDADE DE ATENDIMENTO</b> Pontuação Máxima: 20 pontos	
QUESITO	PONTUAÇÃO MÁXIMA
Porte e tradição dos clientes atuais da licitante e o conceito de seus produtos e serviços no mercado	15
Experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias	
Adequação das qualificações e das quantificações desses profissionais à estratégia de comunicação publicitária da PREFEITURA	
Adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que estarão à disposição da execução do contrato	
Operacionalidade do relacionamento entre a PREFEITURA e a licitante, esquematizado na proposta	
Relevância e utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que a licitante colocará regularmente à disposição da PREFEITURA, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato	

<b>REPERTÓRIO</b> Pontuação Máxima: 10 pontos	
QUESITO	PONTUAÇÃO MÁXIMA
Ideia Criativa e sua pertinência ao problema que a licitante se propôs resolver	10
Qualidade da execução e do acabamento das peças e/ou materiais	
Clareza da exposição das informações prestadas	

<b>RELATO DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO</b> Pontuação Máxima: 05 pontos	
QUESITO	PONTUAÇÃO MÁXIMA
Evidência de planejamento publicitário	05
Consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução	
Relevância dos resultados apresentados	
Concatenação lógica da exposição	



# Prefeitura Municipal de São Carlos

Departamento de Procedimentos Licitatórios

Comissão Permanente de Licitação

## ANEXO VI - MINUTA DO CONTRATO

O **MUNICÍPIO DE SÃO CARLOS – PREFEITURA MUNICIPAL DE SÃO CARLOS**, pessoa jurídica de direito público interno, com sede nesta cidade de São Carlos – SP, à Rua Episcopal, n.º 1.575, Centro, inscrito no CNPJ sob n.º 45.358.249/0001-01, representado neste ato pelo Prefeito Municipal **Sr. Airton Garcia Ferreira**, brasileiro, casado, portador do RG n.º \_\_\_\_\_ e CPF n.º \_\_\_\_\_, residente e domiciliado na Rua \_\_\_\_\_ – São Carlos/SP, doravante denominado **CONTRATANTE**; e, de outro lado a \_\_\_\_\_, estabelecida à \_\_\_\_\_, n.º \_\_\_\_\_, nesta cidade, inscrita no CNPJ/MF sob n.º \_\_\_\_\_, neste ato representada pelo Sr \_\_\_\_\_, empresário, portador do RG - \_\_\_\_\_ e CPF - \_\_\_\_\_, residente na cidade de \_\_\_\_\_, à \_\_\_\_\_, \_\_\_\_\_, de ora em diante denominada **CONTRATADA**, celebram entre si o presente contrato, que será regido pela Lei Federal 8.666/93 e alterações posteriores e pelas Leis n.º 12.232/10 e 4.680/65, pelo Edital da Concorrência Pública n.º 05/2019 e pelas cláusulas e condições abaixo descritas.

### I - CLÁUSULA PRIMEIRA – DO OBJETO

**1.1.** O objeto deste contrato é a prestação de serviços de publicidade institucional, compreendendo 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 comunicação e a execução de outras ações imprescindíveis ao atendimento das necessidades de comunicação do **CONTRATANTE**.

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

I – à produção e à execução técnica das peças e projetos criados;

II – ao planejamento e à execução de pesquisas e outros instrumentos de avaliação e geração de conhecimento relacionados a determinada ação publicitária;

III – 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.

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

I – 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;

II – aferir a eficácia do desenvolvimento estratégico, da criação e da divulgação de mensagens;

III – possibilitar a avaliação dos resultados das campanhas ou peças, vedada a inclusão de matéria estranha ou sem pertinência temática para a ação publicitária.

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

**1.3.1.** 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.

**1.4.** A CONTRATADA atuará apenas de acordo com solicitação da PREFEITURA.

**1.5.** A CONTRATADA não poderá subcontratar outra agência de propaganda para a execução dos serviços objeto deste CONTRATO.

**1.6.** Os serviços previstos na subcláusula **1.1** abrangem todos os tipos de publicidade, e todos os assuntos e temas de competência ou de interesse do **CONTRATANTE**.

**1.7.** Tais serviços deverão ter caráter legal, educativo, informativo ou de orientação social, não podendo constar nomes, símbolos ou imagens que caracterizem promoção pessoal de autoridades ou servidores públicos.



# Prefeitura Municipal de São Carlos

## Departamento de Procedimentos Licitatórios

### Comissão Permanente de Licitação

#### II - CLÁUSULA SEGUNDA – DA EXECUÇÃO

2.1 As condições para a execução do objeto do presente encontram-se descritas no edital da Concorrência Pública nº 05/2019 e seus anexos, constantes do Processo Administrativo n.º 26142/2019, em consonância com a proposta da **CONTRATADA**, que ficam fazendo parte integrante do presente contrato, independentemente de transcrição.

2.2. Os serviços serão prestados mediante expedição de Ordens de Serviço pela Secretaria Municipal de Comunicação, e deverão ser previamente submetidos, juntamente com os respectivos orçamentos, em forma de proposta, ao **CONTRATANTE**, para sua aprovação.

2.3. O prazo de execução das Ordens de Serviço poderá ser revisado, a critério do **CONTRATANTE**, desde que devidamente justificado.

#### III - CLÁUSULA TERCEIRA – DO VALOR

3.1. O valor do presente importa em R\$ 7.000.000,00 (sete milhões de reais).

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

#### IV - CLÁUSULA QUARTA – DA VIGÊNCIA

4.1 Este contrato entra em vigor na data da emissão da Ordem de Início dos Serviços, expedida pela Secretaria Municipal de Comunicação, com vigência pelo prazo de 12 (doze) meses, podendo ser prorrogado na forma da Lei.

4.2. A decisão sobre a prorrogação observará o resultado das avaliações semestrais previstas no subitem 17.4.

4.3. As prorrogações serão formalizadas por meio de Termo Aditivo e publicadas na imprensa oficial.

#### V - CLÁUSULA QUINTA – DOS RECURSOS

5.1. Os recursos financeiros serão atendidos por verbas próprias constantes do orçamento vigente e codificados sob n.º: xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx

#### VI - CLÁUSULA SEXTA – DAS PENALIDADES

6.1. O descumprimento total ou parcial das obrigações assumidas acarretará a aplicação, a juízo do **CONTRATANTE**, das seguintes sanções, independentemente do cancelamento da nota de empenho e da rescisão contratual:

a) **Sanções**, conforme item 6.1.1. - II;

b) Suspensão temporária do direito de participar em licitação do **CONTRATANTE** e impedimento de contratar com a Administração Pública;

c) Declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com Administração Pública, enquanto perdurarem os motivos determinantes da punição.

##### 6.1.1. Das Sanções

I – Advertência por descumprimento de qualquer obrigação contratual

II – Multas:

a) Não realização, no prazo definido pela **PREFEITURA**, de ação publicitária cuja data ou período de implantação se constitua elemento imprescindível à eficácia da comunicação: 10% (dez por cento) sobre o valor da veiculação e/ou produção não realizada;

b) Atraso na implantação da estrutura no Município de São Carlos, na alocação dos profissionais nessa estrutura ou no início da operação (o que é dispensado se a **CONTRATADA** estiver sediada em cidade vizinha):

i. No período até o 30º dia de atraso: 0,00001% (um centésimo de milésimo por cento), por irregularidade, sobre o valor previsto no subitem 3.1., por dia de atraso;

ii. Após o 60º dia de atraso: multas indicadas nos subitens 6.1.1., b, “i” e rescisão contratual.

c) Não quitação dos compromissos com fornecedores de serviços especializados e veículos, no prazo estabelecido no subitem 11.1.21.5.:

i. No período até o 15º dia de inadimplência: 0,00004% (quatro centésimos de milésimo por cento) do valor previsto no subitem 3.1, por dia de atraso;

ii. No período entre o 16º e o 30º dia de inadimplência: 0,00008% (oito centésimos de milésimo por cento) do valor





# Prefeitura Municipal de São Carlos

## Departamento de Procedimentos Licitatórios

### Comissão Permanente de Licitação

previsto no subitem 3.1, por dia de atraso;

iii. Após o 30º dia de inadimplência: multas indicadas nos subitens **6.1.1, c, "i" e "ii"** e rescisão contratual.

d) O atraso injustificado na execução dos serviços, sem prejuízo do disposto no parágrafo primeiro do artigo 86 da Lei 8.666/93, sujeitará a contratada à multa de 0,3% (zero vírgula três por cento) ao dia na execução dos serviços,

ii. Após o 10º dia útil de atraso, 50% (cinquenta por cento) do valor da garantia devida e rescisão contratual.

e) Rescisão unilateral deste CONTRATO por aplicação das hipóteses do subitem **13.1.1** e da Lei 8.666/93, art. 78, inciso I a XI e inciso XVIII: 0,5% (meio por cento) do valor previsto no subitem **3.1**.

III – Suspensão temporária de participação em licitação e impedimento de contratar com a PREFEITURA por período não superior a 2 (dois) anos, nos seguintes casos:

a) Não manutenção de situação regular em relação à Documentação de Habilitação;

b) Se a CONTRATADA der causa à rescisão unilateral deste CONTRATO, por descumprimento de suas obrigações;

c) Apresentação de documentos falsos ou falsificados;

d) Cometimento de falhar ou fraudes na execução deste CONTRATO.

IV – declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com a Administração Pública, enquanto perdurarem os motivos determinantes da punição ou até que seja promovida a reabilitação perante a própria autoridade que aplicou a penalidade, que será concedida sempre que a CONTRATADA ressarcir a Administração pelos prejuízos resultantes e após decorrido o prazo previsto no parágrafo 3º, do art. 87, da Lei 8.666/93, que será aplicada nos seguintes casos:

a) Condenação definitiva por prática dolosa de fraude fiscal no recolhimento de quaisquer tributos;

b) Prática de atos ilícitos, visando frustrar os objetivos da contratação;

c) Demonstração de que não possui idoneidade para contratar com a Administração Pública.

**6.2.** As multas previstas no subitem **6.1.1.II-b** são independentes entre si, podendo ser aplicadas isoladas ou cumulativamente.

**6.2.1.** Caso o valor total das multas aplicadas ultrapasse 3% (três por cento) do valor indicado no subitem **3.1**, a PREFEITURA poderá iniciar o processo de rescisão contratual.

**6.2.2.** O valor da multa deverá ser recolhido em até 2 (dois) dias úteis, em agência bancária a ser informada pela CONTRATANTE, tendo como beneficiária a PREFEITURA MUNICIPAL DE SÃO CARLOS, prazo após o qual, não havendo sua comprovação, poderá ser executado alternativamente:

I – dos créditos decorrentes deste CONTRATO, até o limite dos prejuízos causados à PREFEITURA;

II – dos créditos existentes em outros contratos, porventura vigentes entre a PREFEITURA e a CONTRATADA, até o limite dos prejuízos causados; ou.

III – da execução da garantia contratual, para ressarcimento da PREFEITURA dos valores das multas e indenizações a ela devidos.

**6.2.3.** A suspensão temporária de participação em licitação e o impedimento de contratar com a PREFEITURA poderão também ser aplicados nos casos previstos nas alíneas do subitem **6.1.1, IV**.

**6.2.4.** A penalidade de advertência e a penalidade de multa poderão ser aplicadas individualmente ou em conjunto com qualquer outra penalidade prevista no item **6**.

**6.2.4.1.** Não serão aplicadas penalidades por ato decorrente de caso fortuito ou força maior, devidamente comprovado.

**6.2.5.** As penalidades serão aplicadas com observância aos princípios da ampla defesa e do contraditório.

**6.2.5.1.** A notificação de irregularidade será efetuada por ciência no processo, por via postal, com aviso de recebimento, por telegrama, ou por outro meio que assegure a certeza da ciência do interessado.

**6.2.5.2.** Caso não seja possível a entrega da notificação ao contratado, pelos meios descritos no subitem **6.2.5.1**, esta poderá ser feita mediante publicação na imprensa oficial.

**6.2.5.3.** A notificação indicará o local onde será concedida vista do respectivo processo, sendo facultado à CONTRATADA transcrevê-lo ou fotocopiá-lo, total ou parcialmente, vedada sua retirada do âmbito da PREFEITURA.

**6.2.5.4.** A CONTRATADA terá 5 (cinco) dias úteis, contados do recebimento da notificação, para apresentar defesa perante a autoridade administrativa que emitiu a notificação, mediante peça escrita contendo as razões de defesa acompanhada, se houver, da respectiva documentação comprobatória.

**6.2.5.4.1.** O prazo para apresentação de defesa em caso da declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com a Administração Pública será de 10 (dez) dias.

**6.2.5.4.2.** A CONTRATADA poderá apresentar recurso contra a aplicação de penalidade, mediante instrumento dirigido à autoridade superior, por intermédio da que praticou o ato recorrido, a qual poderá reconsiderar sua decisão, ou fazê-la subir devidamente informada, para decisão pela autoridade superior.



# Prefeitura Municipal de São Carlos

## Departamento de Procedimentos Licitatórios

### Comissão Permanente de Licitação

**6.2.5.4.3.** A procedência da defesa implica o arquivamento do processo, e a sua improcedência, a aplicação da(s) penalidade(s) pertinente(s).

**6.2.5.** A aplicação das penalidades administrativas não exime a responsabilidade civil e penal da CONTRATADA.

#### **VII - CLÁUSULA SÉTIMA – DA LEGISLAÇÃO**

**7.1.** Este contrato é regulamentado pela seguinte legislação, devidamente atualizada

**7.1.1.** Decreto Federal nº 57.690, de 1º de fevereiro de 1966 - Aprova o Regulamento para a execução da Lei nº 4.680, de 18 de junho de 1965;

**7.1.2.** Normas Padrão da Atividade Publicitária e do Relacionamento Comercial entre Anunciantes, Agências de Publicidade e Veículos de Comunicação, editadas pelo Conselho Executivo das Normas-Padrão;

**7.1.3.** Código de Ética dos Profissionais de Propaganda e suas alterações, instituído pelo I Congresso Brasileiro de Propaganda, realizado em outubro de 1957, na cidade do Rio de Janeiro.

**7.1.4.** Código Brasileiro de Auto-Regulamentação Publicitária aprovado pelo III Congresso Brasileiro de Propaganda realizado em São Paulo em 1978.

**7.1.5.** Lei Federal 12.232 de 29 de abril de 2010, que dispõe sobre as normas gerais para licitação e contratação pela administração pública de serviços de publicidade prestados por intermédio de agências de propaganda e dá outras providências.

#### **VIII - CLÁUSULA OITAVA – DA SUBCONTRATAÇÃO**

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

#### **IX - CLÁUSULA NONA – DOS PAGAMENTOS**

**9.1.** Pelos serviços prestados, a CONTRATADA será remunerada por honorários de.....% (.....), incidentes sobre o preço dos serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peças e/ou materiais.

**9.1.1.** Os honorários serão calculados sobre o preço faturado pelos fornecedores.

**9.1.2.** Pelos serviços de criação e execução interna, a CONTRATADA receberá o valor correspondente indicado na Tabela de Custos Internos editada pelo Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de (sua base territorial), então em vigor, com um desconto de....% (..... por cento).

**9.1.3.** Honorários de....% (..... por cento), incidentes sobre os custos dos 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 e intermediadas pela CONTRATADA.

**9.1.4.** Serão ressarcidas as despesas referentes aos serviços de planejamento e execução de pesquisas, inclusive de pré-testes e recall de campanha executados neste contrato, com o mesmo percentual indicado no subitem **9.1**.

**9.2.** Os *layouts* reprovados não serão cobrados pela CONTRATADA.

**9.3.** As despesas com deslocamento de profissionais da CONTRATADA ou de seus representantes serão de sua exclusiva responsabilidade.

**9.4.** A CONTRATADA não fará jus a nenhuma remuneração ou descontos de agência quando da utilização, pela CONTRATANTE, de créditos que a este tenham sido eventualmente concedidos por veículos de divulgação, em qualquer ação publicitária pertinente ao objeto deste contrato, isto é, a CONTRATADA repassará 100% dos descontos concedidos pelos fornecedores cadastrados e pelos veículos à CONTRATANTE.

**9.5.** Todas as vantagens derivadas de negociação de preços e condições de pagamento, inclusive especiais, com fornecedores e com veículos enquanto a estes, sob forma de descontos, bonificações ou reaplicações, deverão ser transferidas integralmente à CONTRATANTE, salvo se privativas da CONTRATADA, e constarão das respectivas apropriações que esta encaminhar ao CONTRATANTE para aprovação.

**9.6.** Toda e qualquer despesa, seja de veiculação, seja de produção, e, no tocante a esta última, tanto interna, quanto externa, deverá ser objeto de apropriação de custos por parte da CONTRATADA e encaminhada à aprovação do CONTRATANTE.

**9.7.** A apropriação de custos deverá conter-se dentro dos parâmetros estabelecidos nas propostas técnica e de preços



# Prefeitura Municipal de São Carlos

## Departamento de Procedimentos Licitatórios

### Comissão Permanente de Licitação

aprovadas na Concorrência nº 05/2019, demonstrados, em anexo, os preços da média de mercado incluindo tabelas vigentes à época, conforme a espécie do trabalho a ser prestado, bem como a efetiva incidência dos descontos negociados em favor do CONTRATANTE, dentro do critério da melhor relação custo/benefício.

**9.8.** Os pagamentos serão efetuados mediante a apresentação de nota fiscal pelo CONTRATADO, com discriminação do serviço prestado, com os valores unitários dos mesmos.

**9.9.** Para liberação do pagamento das notas fiscais, a CONTRATADA deverá anexar cópias autenticadas da folha de pagamento e das guias de recolhimento dos encargos previdenciários, que deverão ser emitidos especificamente para a execução dos serviços, objeto da presente licitação.

**9.10.** Os pagamentos decorrentes dos serviços executados serão efetuados em até 30 (trinta) dias, a contar da entrega da fatura devidamente atestada pela Secretaria Municipal de Comunicação.

**9.11.** Nas notas fiscais emitidas deverá constar o número da licitação e do contrato, obrigatoriamente.

**9.12.** Os preços propostos serão fixos e irrevogáveis, pelo período de 12 (doze) meses. Na hipótese de prorrogação da vigência contratual, o valor mencionado na subcláusula **3.1.** será reajustado pelo IPCA/IBGE, mediante termo aditivo.

**9.12.1.** Para liquidação e pagamento de despesa referente aos serviços previamente autorizados pela PREFEITURA, a CONTRATADA deverá apresentar:

I – a correspondente nota fiscal, que será emitida sem rasura, em letra legível, em nome da PREFEITURA MUNICIPAL de São Carlos, contendo o número do CONTRATO e os seguintes dados da CONTRATADA:

Banco (nome e número)

Agência (nome e número)

Conta-corrente (número)

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

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

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

II – a primeira via do documento fiscal do fornecedor de serviços especializado ou do veículo:

a) O CNPJ que deverá constar nas notas fiscais dos fornecedores de serviço especializado deverá ser o mesmo da cotação de preços que norteou a contratação.

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

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

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

**9.13.** O comprovante de veiculação a que se refere o subitem **9.12, IV** é constituído por:

I – revista e anuário: exemplar original;

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

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



# Prefeitura Municipal de São Carlos

## Departamento de Procedimentos Licitatórios

### Comissão Permanente de Licitação

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

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

b) Mídia exterior:

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

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

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

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

**9.13.1.** As formas de comprovação de veiculação em mídia não previstas nas alíneas “a”, “b”, e “c” do subitem **9.13**, serão estabelecidas formalmente pela PREFEITURA, antes da aprovação do respectivo Plano de Mídia.

**9.13.2.** Compete ao Gestor do contrato a conferência dos preços de tabela de cada inserção e os descontos negociados de que trata o artigo 15 da Lei no 12.232/2010, por ocasião da apresentação dos respectivos Planos de Mídia pela CONTRATADA à PREFEITURA.

**9.14.** Os documentos de cobrança e comprovação da execução e entrega dos serviços para liquidação e pagamento de despesas deverão ser encaminhados pela CONTRATADA à Secretaria de Comunicação.

**9.14.1.** Caso seja constatado erro ou irregularidade na documentação de cobrança e comprovação da execução e entrega dos serviços, a PREFEITURA, a seu juízo, poderá devolvê-la para as devidas correções, ou aceitá-la, com a glosa da parte que considerar indevida.

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

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

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

I – Certificado de Regularidade de Situação do Fundo de Garantia por Tempo de Serviço – FGTS;

II – Certidão Negativa de Débito junto à Previdência Social – CND;

III – Certidão Conjunta de Regularidade com a Fazenda Federal (Quitação de Tributos e Contribuições Federais e Dívida Ativa da União);

IV- Certidões negativas de tributos estaduais e municipais emitidas pelos respectivos órgãos;



# Prefeitura Municipal de São Carlos

## Departamento de Procedimentos Licitatórios

### Comissão Permanente de Licitação

V – Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas – CNDT.

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

**9.15.2.** A não apresentação ou a irregularidade dos documentos listados no subitem **9.15** não acarretará retenção do pagamento. Entretanto, a CONTRATADA será comunicada quanto à apresentação de tais documentos em até 30 (trinta) dias, sob pena de rescisão contratual e demais penalidades cabíveis.

**9.16.** A PREFEITURA efetuará o pagamento mediante Atestos nas respectivas Notas Fiscais.

**9.16.1..** O atesto somente será realizado mediante a comprovação do cumprimento pela CONTRATADA de todas as condições pactuadas e ocorrerá em cinco dias úteis após a entrega da documentação pertinente, observado o subitem **16.9.**

**9.16.2..** Havendo disponibilidade e interesse da PREFEITURA, bem como solicitação da CONTRATADA, o pagamento eventualmente poderá ser antecipado, mediante desconto, nos termos do art. 40, XIV, “s” da Lei 8.666/93 e nas regras estabelecidas pela PREFEITURA.

**9.17.** A PREFEITURA não acata cobrança por meio de duplicatas ou qualquer outro título em bancos ou outras instituições do gênero.

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

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

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

#### **X - CLÁUSULA DÉCIMA – DESCONTO DE AGÊNCIA**

**10.1.** Além da remuneração prevista no **Item 9.1**, a CONTRATADA fará jus ao desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, em conformidade com o art. 11 da Lei n. 4.680/65 e com o art. 7º do Regulamento para execução da Lei Federal nº 4. 680/65 (Decreto nº 57.690/66).

**10.1.1.** 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.

**10.1.2.** A CONTRATADA repassará à PREFEITURA o valor correspondente a 2% do valor da mídia efetivamente contratada sobre o valor acertado para cada veiculação, correspondente ao repasse parcial dos honorários de veiculação, pagos pelos Veículos de Comunicação à agência de publicidade (limite estabelecido no anexo B das Normas Padrão da atividade publicitária).

**10.2.** As partes integrantes do contrato poderão renegociar, no interesse do CONTRATANTE, os percentuais de repasse de que trata o item **10.1.2.**, nos casos de renovação ou de prorrogação deste contrato.

#### **XI - CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA – DIREITOS E RESPONSABILIDADES DA CONTRATADA**

**11.1.** Constituem obrigações da CONTRATADA:

**11.1.1.** Responder pelos serviços que executar, na forma da Lei;

**11.1.2.** Prover os serviços ora contratados com pessoal capacitado indicado em sua proposta técnica, admitida a substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior, mediante comunicação prévia à CONTRATANTE e equipamentos adequados e capacitados em todos os níveis de trabalho;

**11.1.3.** Executar os trabalhos em perfeita conformidade com as condições estabelecidas no edital de Concorrência Pública a que está vinculado este contrato;

**11.1.4.** Prestar, sem ônus para o CONTRATANTE, os serviços necessários à correção e revisão de falhas verificadas nos trabalhos;





# Prefeitura Municipal de São Carlos

## Departamento de Procedimentos Licitatórios

### Comissão Permanente de Licitação

- 11.1.5. Cumprir os prazos estabelecidos, mantendo o CONTRATANTE informado, de acordo com as conveniências desta, de todos os pormenores dos serviços;
- 11.1.6. Desenvolver seus trabalhos em regime de colaboração com o CONTRATANTE;
- 11.1.7. Manter durante toda a execução do contrato as obrigações assumidas, bem como as condições de habilitação e qualificação exigidas no edital de Concorrência Pública n.º 05/2019;
- 11.1.8. Fornecer a qualquer momento, a pedido da fiscalização, todas as informações relativas à execução dos trabalhos, sem que tal atitude implique em responsabilidade da fiscalização sobre a ação da mesma;
- 11.1.9. Responsabilizar-se pelas obrigações decorrentes de acidente do trabalho ocorridos na execução dos serviços contratados; do uso indevido de patentes registradas; as resultantes de caso fortuito e por qualquer causa; pela destruição ou danificação do serviço em execução, até a definitiva aceitação do mesmo pela fiscalização; pelas indenizações que possam vir a serem devidas a terceiros por fatos oriundos dos serviços contratados; pelas obrigações trabalhistas e encargos sociais decorrentes da prestação do serviço; pelo seguro de acidentes de seus empregados, e ainda pela quitação das exigências municipais, estaduais ou federais;
- 11.1.10. Guardar adequadamente os originais dos materiais desenvolvidos para a execução dos serviços objeto deste contrato (artes, fotolitos, materiais em VT, filmes etc.), devendo estar disponíveis a qualquer tempo, sendo certo que, ao final, serão doados ao Arquivo do CONTRATANTE, vedada sua transferência a agentes de qualquer natureza ou uso além das finalidades indicadas em plano de campanha específica;
- 11.1.11. Atuar de acordo com solicitações da Secretaria Municipal de Comunicação;
- 11.1.12. Atender às convocações da Secretaria Municipal de Comunicação para reuniões técnicas;
- 11.1.13. Transferir ao CONTRATANTE todo o material utilizado em propaganda dos produtos, mercadorias e serviços, que vierem a ser criados e produzidos no âmbito deste contrato, bem como os direitos autorais relativos, aqui compreendidos o de usar e dispor deste material, independentemente de qualquer remuneração adicional, incluindo a entrega de todos os dados, negativos e/ou matrizes, documentos e elementos de informação pertinentes à concepção, desenvolvimento, fixação em suporte físico de qualquer natureza e aplicação dos serviços, respeitados os direitos de terceiros;
- 11.1.14. Zelar pela qualidade dos serviços e pela execução nos prazos estabelecidos nas Ordens de Serviço;
- 11.1.15. Evitar todos os esforços no sentido de obter para o CONTRATANTE as melhores condições de preços junto aos veículos e fornecedores;
- 11.1.16. Fazer cotação de preços para todos os serviços de terceiros e apresentar propostas com indicação da mais adequada para execução, sendo:

I – Apresentar, no mínimo, 3 (três) cotações coletadas entre fornecedores cadastrados na PREFEITURA ou eventual sistema que venha a substituir tal cadastro, que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido;

a) A impossibilidade de obter as 3 (três) cotações deverá ser previamente justificada à PREFEITURA, por escrito, para decisão sobre a contratação.

II – exigir do fornecedor que a cotação seja apresentada no original, em papel timbrado e que:

a) Contenha a identificação do fornecedor (com, pelo menos, nome completo, CNPJ ou CPF, endereço e telefone) e a identificação (nome completo, cargo na empresa, RG e CPF) e assinatura do responsável pela cotação;

b) Detalhe dos produtos ou serviços que a compõem, seus preços unitários e total e, sempre que necessário, suas especificações;

c) Seja apresentada juntamente com os comprovantes de que o fornecedor está inscrito – e em atividade – no CNPJ ou no CPF e no Cadastro de Contribuintes estadual ou municipal, se for o caso, relativos ao seu domicílio ou sede, pertinentes a seu ramo de atividade e compatíveis com o serviço a ser fornecido.

III – informar, por escrito, os fornecedores de serviços especializados acerca das condições estabelecidas na Cláusula Nona para a reutilização de peças e materiais publicitários, especialmente no tocante aos direitos patrimoniais de autor e conexos;

11.1.17. Produzir e apresentar, após a respectiva aprovação do serviço pelo CONTRATANTE, uma cópia em DVD de cada filme para TV, uma cópia em CD de *spots* e *jingles* de rádio, e dez peças impressas;

11.1.18. Entregar ao CONTRATANTE, até o dia 10 do mês subsequente, um relatório detalhado das despesas de produção e veiculação autorizadas no mês anterior e um relatório dos serviços em andamento;

11.1.19. Obedecer à legislação e normas aplicáveis aos serviços, devendo comunicar ao CONTRATANTE, de imediato,



# Prefeitura Municipal de São Carlos

## Departamento de Procedimentos Licitatórios

### Comissão Permanente de Licitação

toda alteração que venha a ocorrer.

**11.1.20.** O desempenho da CONTRATADA será permanentemente verificado pela PREFEITURA.

**11.1.21.** Executar todos os serviços relacionados com o objeto deste CONTRATO, de acordo com os prazos e as demais especificações estipulados pela PREFEITURA.

**11.1.21.1.** A CONTRATADA executará os serviços indicados diretamente, com seus próprios recursos.

**11.1.21.2.** A CONTRATADA poderá intermediar a contratação de veículos de divulgação e, quando necessários à execução das atividades complementares, fornecedores de serviços especializados.

**11.1.21.3.** A contratação de veículos de divulgação e de fornecedores de serviços especializados deverá ser submetida à prévia e expressa autorização da PREFEITURA e implica a atuação da CONTRATADA por conta e ordem da PREFEITURA.

**11.1.21.4.** A PREFEITURA deverá ser previamente identificada na contratação de veículos de divulgação.

**11.1.21.5.** Cabe à CONTRATADA efetivar as operações de pagamento referentes aos serviços prestados por veículos ou fornecedores de serviços especializados, operação que deverá ter sido realizada em até 5 (cinco) dias úteis do recebimento do pagamento realizado pela PREFEITURA.

**11.1.22.** Contratar, administrar, executar e fiscalizar os contratos firmados com fornecedores de serviços especializados e veículos de divulgação – inclusive quando decorrentes de cotações realizadas pela PREFEITURA –, respondendo pelos efeitos destes acordos, incluídos os danos e os prejuízos, diretos ou indiretos, decorrentes de sua culpa.

**11.1.22.1.** Alterações, rejeições, cancelamentos ou interrupções de um ou mais serviços contratados deverão ser tempestiva e formalmente comunicados à PREFEITURA, devendo a CONTRATADA adotar providências imediatas para solucionar a pendência.

**11.1.22.2.** A culpa do fornecedor de serviços especializados, do veículo de distribuição ou da CONTRATADA, que repercute na plena execução dos serviços contratados implica a revisão das obrigações e dos pagamentos dos contratos por esta firmados, na medida das consequências do ato nos serviços acordados.

**11.1.22.3.** O aumento de despesas ou a perda de descontos para a PREFEITURA, gerados em decorrência de ação culposa da CONTRATADA, deverá ser ressarcido pela CONTRATADA à PREFEITURA em até 2 (dois) dias úteis contados do recebimento da notificação de ressarcimento por este encaminhada.

**11.1.22.3.1.** Se o ressarcimento não for realizado no prazo indicado no subitem **11.1.22.3.**, o valor poderá ser glosado pela PREFEITURA ou descontado da garantia contratual, acrescido da atualização monetária desde o dia de seu vencimento até a data de seu efetivo pagamento, com base na variação pro rata tempore do IPCA / IBGE.

**11.1.23.** Orientar a produção, a impressão e a distribuição das peças gráficas conforme aprovação da PREFEITURA e atestar a conformidade deste material com as especificações contidas no documento de autorização da ação.

**11.1.24.** Evitar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores e veículos de comunicação.

**11.1.24.1.** Pertencem à PREFEITURA, devendo-lhes ser transferidas, as vantagens obtidas em negociação com fornecedores de serviços especializados e com veículos de divulgação realizada diretamente ou por intermédio da CONTRATADA, incluídos os eventuais descontos e as bonificações na forma de tempo, espaço ou reaplicações que tenham sido concedidos pelo veículo.

**11.1.24.1.1.** O disposto no subitem **11.1.24.1.** não abrange os planos de incentivo concedidos por veículos de divulgação à CONTRATADA, nos termos do art. 18 da Lei 12.232/2010.

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

**11.1.24.2.** Quando o fornecimento de serviços tiver valor superior a 0,5% (meio por cento) do valor global deste CONTRATO, a CONTRATADA coletará orçamentos de fornecedores em envelopes fechados, que serão abertos em sessão pública, convocada e realizada sob fiscalização da PREFEITURA.

**11.1.24.3.** A PREFEITURA procederá à verificação prévia da adequação dos preços dos bens e serviços cotados em relação aos do mercado.

**11.1.24.4.** Se e quando julgar conveniente, a PREFEITURA poderá realizar cotação de preços diretamente junto a fornecedores para o fornecimento de bens ou serviços, independentemente de valor.

**11.1.25.** As disposições do subitem **11.1.16.** não se aplicam à compra de mídia.

**11.1.26.** As condições do subitem **11.1.16. I e II**, não se aplicam à contratação de fornecedor exclusivo de serviços especializado.

**11.1.27.** Encaminhar, após a aprovação do serviço pela PREFEITURA e sem ônus para esta, as seguintes cópias de



# Prefeitura Municipal de São Carlos

## Departamento de Procedimentos Licitatórios

### Comissão Permanente de Licitação

peças produzidas, desde que não seja para uso em veiculação de mídia paga:

I – TV e cinema: Arquivos digitais;

II – Internet: cópias em CD;

III – Rádio: cópias em CD, com arquivos digitais;

IV – Mídia impressa e materiais publicitários: cópias em CD, com arquivos em alta resolução, finalizados, sendo uma cópia aberta e uma fechada.

**11.1.27.1.** As peças poderão ser agrupadas em um mesmo DVD, se garantido o atendimento à solicitação da PREFEITURA.

**11.1.27.2.** Os arquivos contendo as cópias das peças produzidas deverão ser apresentados nos formatos definidos pela PREFEITURA.

**11.1.27.3.** Caso as mídias indicadas nos incisos I a IV do subitem **11.1.27.** se tornem tecnologicamente obsoletas, a PREFEITURA indicará mídia substituta para envio da cópia das peças produzidas.

**11.1.28.** Disponibilizar à PREFEITURA informações que forem solicitadas a respeito da mídia utilizada.

**11.1.29.** Produzir e entregar em meio impresso, assim como em CD ou em DVD ou outro meio magnético indicado pela PREFEITURA, portfólio dos trabalhos realizados para a PREFEITURA.

**11.1.29.1.** O portfólio deverá ser entregue anualmente, até o final do mês de janeiro, e abranger todas as ações realizadas neste CONTRATO durante o ano civil anterior.

**11.1.29.2.** No final da vigência deste CONTRATO, deverá ser entregue um portfólio com os trabalhos realizados após a entrega do portfólio anterior.

**11.1.29.3.** O portfólio deverá ser apresentado conforme modelo sugerido pela CONTRATADA e previamente aprovado pela PREFEITURA.

**11.1.30.** Entrega à PREFEITURA de cópia dos comprovantes de pagamentos feitos a fornecedores de serviços especializados e veículos de divulgação até o dia 6 do mês subsequente ao do pagamento realizado pela PREFEITURA.

**11.1.31.** Entregar à PREFEITURA, em meio eletrônico e em meio impresso, até o dia 10 de cada mês, um relatório total (mês a mês) de despesas com fornecedores de serviços especializados e veículos de divulgação com o respectivo acompanhamento de seus pagamentos, conforme modelo definido pela PREFEITURA.

**11.1.32.** Registrar em Relatórios de Acompanhamento as demandas recebidas da PREFEITURA e as atividades realizadas pela CONTRATADA em relação a cada uma das ações em desenvolvimento.

**11.1.32.1.** O relatório de acompanhamento deverá ser assinado e enviado à PREFEITURA no dia útil seguinte à realização do contato com a PREFEITURA, com o veículo ou com o fornecedor e, em caso de incorreção, reenviado devidamente corrigido em até 2 (dois) dias úteis, a contar do recebimento da solicitação de correção.

**11.1.33.** Registrar em Relatórios de Atendimento os briefings para o desenvolvimento de cada ação.

**11.1.33.1.** O Relatório de Atendimento deverá ser assinado e enviado à PREFEITURA em até 2 (dois) dias úteis após o atendimento realizado e, em caso de incorreção, reenviados devidamente corrigidos no mesmo prazo, a contar da data do recebimento da solicitação de correção.

**11.1.34.** Elaborar, sempre que solicitado pela PREFEITURA, estudo de práticas e investimentos em mídia que vêm sendo empregadas.

**11.1.35.** Prestar, às suas expensas, os seguintes serviços:

I – criação e manutenção de acervo da propaganda da PREFEITURA, em meio virtual, com as peças produzidas durante a execução deste CONTRATO e as respectivas informações referentes a direitos autorais e prazos de validade desses direitos.

II – criação e manutenção de banco de imagens, em meio virtual, com as fotos e as imagens produzidas durante a execução deste CONTRATO e as respectivas informações referentes a direitos autorais e prazos de validade desses direitos.

**11.1.35.1.** A agência se reunirá com a PREFEITURA em até 60 (sessenta) dias após a assinatura do CONTRATO para apresentar proposta para o banco de imagens e para o acervo de propaganda, compreendendo, entre outros itens, as especificações técnicas, a sistemática de navegação e de filtros de pesquisa e os formatos dos arquivos.

**11.1.35.1.1.** Aprovada pela PREFEITURA, a proposta passará a integrar este CONTRATO, ressalvada a possibilidade de ajustes, sempre que necessários à manutenção do banco/acervo virtual.

**11.1.35.2.** A CONTRATADA, por meio deste CONTRATO, transfere à PREFEITURA a propriedade do sistema tecnológico referente ao banco/acervo virtual, incluído seu código-fonte.

**11.1.35.3.** O banco/acervo virtual deverá estar funcionando em até 120 (cento e vinte) dias após a assinatura deste CONTRATO.



# Prefeitura Municipal de São Carlos

## Departamento de Procedimentos Licitatórios

### Comissão Permanente de Licitação

**11.1.36.** Prestar esclarecimentos à PREFEITURA sobre eventuais atos ou fatos desabonadores noticiados que envolvam a CONTRATADA, independentemente de solicitação.

**11.1.37.** Não caucionar ou utilizar este CONTRATO como garantia para qualquer operação financeira.

**11.1.38.** Manter, durante a execução deste CONTRATO, todas as condições de habilitação exigidas na concorrência que deu origem a este ajuste, entre as quais a certificação de qualificação técnica de funcionamento de que tratam o art. 4º e seu parágrafo 1º da Lei 12.232/2010.

**11.1.38.1.** Em não se comprovando a manutenção das condições de habilitação, a CONTRATADA terá 30 (trinta) dias para regularizar a situação, contados da notificação da PREFEITURA, prazo após o qual poderá ser promovida a rescisão contratual.

**11.1.39.** Cumprir a legislação trabalhista e securitária com relação a seus empregados e, quando exigido por norma, com relação a empregados de fornecedores contratados.

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

**11.1.40.1.** A CONTRATADA é responsável por recolhimentos indevidos ou pela omissão total ou parcial nos recolhimentos de tributos que incidam ou venham a incidir sobre os serviços contratados.

**11.1.40.2.** Sempre que solicitado pela PREFEITURA, a CONTRATADA deverá apresentar a comprovação de estarem sendo satisfeitos todos os seus encargos e obrigações trabalhistas, previdenciários e fiscais.

**11.1.40.3.** A licitante CONTRATADA deverá cumprir os direitos trabalhistas previstos na legislação vigente, pertencentes aos trabalhadores que vierem a ser utilizados para a execução do objeto do Edital, sob pena de suspensão temporária do direito de contratar com o Município, bem como, a retenção dos pagamentos devidos, caso esteja em situação de mora salarial, conforme Termo de Ajustamento de Conduta - TAC, firmado entre a CONTRATANTE e o Ministério Público do Trabalho, nos autos do Inquérito nº 000647.2013.15.003/7-51.

**11.1.41.** Aceitar, nas mesmas condições contratuais, acréscimos ou supressões que se fizerem necessários, em até 25% (vinte e cinco por cento) do valor atualizado previsto no subitem 3.1., facultada a supressão além desse limite, mediante acordo entre as partes.

**11.1.42.** Responsabilizar-se pelo ônus resultante de quaisquer ações, demandas, custos e despesas decorrentes de danos causados por culpa ou dolo de seus empregados, prepostos e/ou contratados.

**11.1.43.** Obrigar-se por quaisquer responsabilidades decorrentes de ações judiciais que lhe venham a ser atribuídas por força de lei, relacionadas com o cumprimento deste CONTRATO.

**11.1.43.1.** A CONTRATADA também responderá por qualquer ação judicial que tenha por fundamento a legislação trabalhista ou de proteção aos direitos autorais ou à propriedade intelectual, devendo adotar providências no sentido de preservar a PREFEITURA e de mantê-la excluída da lide, assim como de reivindicações, demandas, queixas ou representações referentes a tais assuntos.

**11.1.43.1.1.** Havendo condenação contra a PREFEITURA, a CONTRATADA lhe reembolsará as importâncias que tenha sido obrigada a pagar, dentro do prazo de 10 (dez) dias úteis a contar da data do efetivo pagamento, sem prejuízo da apuração das demais responsabilidades cíveis, penais e administrativas envolvidas.

**11.1.44.** Cumprir todas as leis e posturas federais, estaduais e municipais pertinentes, responsabilizando-se por todos os prejuízos decorrentes de infrações a que houver dado causa.

**11.1.45.** Manter acervo comprobatório da totalidade dos serviços prestados e das peças publicitárias produzidas durante o período de 5 (cinco) anos após a extinção deste CONTRATO.

**11.2.** Constituem direitos da CONTRATADA:

**11.2.1.** Receber pelos serviços que realizar, na forma e prazo estabelecidos nas cláusulas terceira e nona do presente ajuste;

**11.2.2.** Receber quitação do contrato quando cumprido integralmente.

## **XII - CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA - DIREITOS E RESPONSABILIDADES DO CONTRATANTE**

**12.1.** Constituem direitos do CONTRATANTE:

**12.1.1** Paralisar ou suspender, a qualquer tempo, a execução dos serviços mediante pagamento único exclusivo dos trabalhos já executados e a aquisição por ajuste entre as partes interessadas nas hipóteses autorizadas por lei.





# Prefeitura Municipal de São Carlos

## Departamento de Procedimentos Licitatórios

### Comissão Permanente de Licitação

**12.2.** Constituem responsabilidades do CONTRATANTE:

**12.2.1.** Efetuar os pagamentos conforme estabelecido na cláusula nona;

**12.2.2.** Manifestar-se por escrito sobre relatórios e demais elementos fornecidos pela CONTRATADA, bem como solicitar da mesma forma as providências complementares que julgar necessárias à correção e revisão dos serviços;

**12.2.3.** Indicar um responsável para o acompanhamento dos trabalhos.

**12.2.4.** Prestar à CONTRATADA todos os esclarecimentos necessários à prestação dos serviços;

### **XIII - CLÁUSULA DÉCIMA TERCEIRA – DA RESCISÃO**

**13.1.** A CONTRATANTE poderá rescindir unilateralmente o presente Contrato nas hipóteses previstas nos artigos 77, 78, incisos I a XII, e 79 da Lei Federal nº 8.666/93 devidamente atualizada, ou ainda se a CONTRATADA:

I – utilizar este contrato em qualquer operação financeira;

II – for atingida por protesto de título, execução fiscal ou outros fatos que comprometam sua capacidade econômico-financeira;

III – não mantiver suas condições de habilitação;

IV – deixar de comprovar sua regularidade fiscal, inclusive contribuições previdenciárias e depósitos do FGTS, para com seus empregados, na forma definida neste contrato;

V – não prestar garantia nos termos contratualmente previstos;

VI – for envolvida em escândalo público e notório;

VII – quebrar o sigilo profissional;

VIII – utilizar, em benefício próprio ou de terceiros, informação não divulgada ao público e à qual tenha acesso por força de suas atribuições contratuais;

IX – motivar a suspensão dos serviços por parte de autoridades competentes;

X – atrasar por mais de 60 dias a implantação da estrutura no Município, a alocação dos profissionais nessa estrutura ou o início da operação de atendimento publicitário;

XI – não quitar os compromissos com fornecedores de serviços especializados e veículos, configurando inadimplência superior a 30 dias da obrigação constante do subitem **11.1.21.5**.

**13.1.1.** Exceto quando se tratar de caso fortuito, força maior ou razões de interesse público, a rescisão acarretará, independentemente de qualquer procedimento judicial ou extrajudicial, a retenção:

I – dos créditos decorrentes deste contrato, até o limite dos prejuízos causados à PREFEITURA;

II – dos créditos existentes em outros contratos, porventura vigentes entre a PREFEITURA e a CONTRATADA, até o limite dos prejuízos causados; ou

III – a execução da garantia contratual, para ressarcimento da PREFEITURA dos valores das multas e indenizações a ela devidos.

**13.1.2.** Caso a retenção não possa ser efetuada, no todo ou em parte, na forma prevista no subitem 13.1.1., a CONTRATADA será notificada para, no prazo de 5 (cinco) dias úteis, a contar do recebimento da notificação, recolher o respectivo valor em agência bancária a ser informada pela Administração.

**13.1.3.** Em caso de associação da CONTRATADA com outras empresas, de cessão ou transferência, total ou parcial, bem como de fusão, cisão ou incorporação, caberá à PREFEITURA decidir justificadamente sobre a continuidade deste CONTRATO.

**13.2.** A rescisão, por algum dos motivos previstos no subitem **13.1.**, não dará à CONTRATADA direito a indenização a qualquer título, independentemente de interpelação judicial ou extrajudicial, com exceção do que estabelece o art. 79, parágrafo 2o, da Lei 8.666/93.

**13.3.** Os casos de rescisão contratual serão formalmente motivados nos autos do Processo Administrativo, assegurado o contraditório e a ampla defesa.

**13.4.** A rescisão unilateral ou amigável deverá ser precedida de autorização escrita e fundamentada da autoridade competente.

**13.5.** A revogação deste contrato poderá ser aplicada juntamente com as demais penalidades previstas na Cláusula Décima Segunda.





# Prefeitura Municipal de São Carlos

## Departamento de Procedimentos Licitatórios

### Comissão Permanente de Licitação

13.6. Nas hipóteses em que a rescisão ocorrer com base nos incisos XII a XVII do artigo 78 da Lei Federal nº 8.666/93, poderá a CONTRATADA ser ressarcida dos prejuízos que houver sofrido, desde que regularmente comprovados, conforme o artigo 79, § 2º da mesma lei.

#### XIV - CLÁUSULA DÉCIMA QUARTA - DAS GARANTIAS NA CONTRATAÇÃO

14.1. A CONTRATADA efetuou, na data de \_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_, depósito, na modalidade \_\_\_\_\_, no valor de R\$ \_\_\_\_\_, correspondente a 1% (hum por cento) do valor contratado, para a garantia do perfeito cumprimento do presente.

14.2. A garantia realizada perdurará durante toda a contratação.

14.3. A garantia prestada poderá ser substituída mediante requerimento da CONTRATADA, respeitadas as modalidades previstas na Lei Federal nº 8.666/93 e alterações posteriores.

14.4. A devolução da garantia à CONTRATADA dar-se-á após o integral cumprimento do contrato e a apresentação da CND – Certidão Negativa de Débito expedida pelo INSS – Instituto Nacional do Seguro Social, relativa à prestação de serviços objeto deste contrato.

#### XV - CLÁUSULA DÉCIMA QUINTA- DIREITOS AUTORAIS

15.1. A CONTRATADA cede ao CONTRATANTE, de forma total e definitiva, enquanto durar a vigência do contrato, os direitos patrimoniais de uso das ideias, incluídos os estudos, análise e planos, peças, campanhas e demais materiais de publicidade, de sua propriedade, concebidos, criados e produzidos em decorrência deste contrato.

15.2. O CONTRATANTE poderá, a seu juízo, utilizar referidos direitos diretamente ou através de terceiros, com ou sem modificações, durante a vigência deste contrato e mesmo após seu término ou eventual rescisão, sem que lhe caiba qualquer ônus perante a CONTRATADA.

15.3. A critério do CONTRATANTE, as peças criadas pela CONTRATADA poderão ser reutilizadas por outros órgãos, entidades ou sociedades integrantes da estrutura do Poder Executivo Municipal sem que lhe caiba qualquer ônus perante a CONTRATADA.

15.4. A seu critério, o CONTRATANTE poderá aproveitar, para veiculação, peças produzidas para outros órgãos, entidades ou sociedades integrantes do Poder Executivo Municipal. Nesses casos, quando couber, a CONTRATADA ficará responsável pelo acordo com os eventuais detentores dos direitos das peças.

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

15.4.2. O valor dessa cessão está integralmente incluído nas modalidades de remuneração definidas nas cláusulas **NONA E DÉCIMA.**

15.5. 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.

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

15.7. 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.

15.7.1. 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.

#### XVI - CLÁUSULA DÉCIMA SEXTA – DISPOSIÇÕES GERAIS

16.1. A CONTRATADA deverá se guiar pelo Código de Ética dos Profissionais da Propaganda e pelas normas



# Prefeitura Municipal de São Carlos

## Departamento de Procedimentos Licitatórios

### Comissão Permanente de Licitação

correlatas, com o objetivo de produzir publicidade que esteja de acordo com as normas que regulam essa atividade, inclusive as normas éticas, estabelecidas pelo Código Brasileiro de Autorregulamentação Publicitária.

**16.2.** A PREFEITURA providenciará a publicação do extrato deste contrato e de seus eventuais termos aditivos na imprensa oficial, a suas expensas, na forma prevista no art. 61, parágrafo único, da Lei 8.666/93.

**16.3.** As alterações contratuais serão promovidas em conformidade com a Lei 8.666/93

**16.4.** Além das disposições contidas neste CONTRATO, também é aplicável a Lei 12.232/2010 e complementarmente as Leis 4.680/65 e 8.666/93, assim como o Decreto 57.690/66 (atenção: acrescer as normas municipais e/ou estaduais que regulam as licitações públicas).

**16.5.** A omissão ou a tolerância da PREFEITURA em exigir o estrito cumprimento das disposições deste contrato ou em exercer prerrogativa dele decorrente não constituirá novação ou renúncia nem lhe afetará o direito de, a qualquer tempo, exigir o fiel cumprimento do avençado.

**16.6.** As informações sobre a execução deste contrato, com os nomes dos fornecedores de serviços especializados e de veículos de divulgação, serão divulgadas pela PREFEITURA na internet.

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

**16.7.** A responsabilidade imputada à CONTRATADA por prejuízos relacionados à execução deste contrato não cessa com o fim desta relação contratual.

**16.8.** Quando não mencionado em contrário, os prazos contados neste contrato são contados em dias corridos.

**16.9.** A juízo da PREFEITURA, as campanhas publicitárias das propostas vencedoras da licitação que deu origem a este contrato poderão ou não vir a ser produzidas e distribuídas, com ou sem modificações nas suas vigências.

#### **XVII - CLÁUSULA DÉCIMA SÉTIMA – DA EXECUÇÃO, GESTÃO E AVALIAÇÃO DOS SERVIÇOS**

**17.1.** A CONTRATADA somente poderá executar qualquer tipo de serviço objeto deste CONTRATO após sua respectiva aprovação formal pela PREFEITURA.

**17.1.1.** A PREFEITURA poderá acompanhar a execução dos serviços contratados, juntamente com um representante credenciado pela CONTRATADA.

**17.1.2.** A aprovação dos serviços não afasta a responsabilidade da CONTRATADA quanto à sua perfeita execução.

**17.2.** Os serviços contratados poderão ser rejeitados, no todo ou em parte, quando não corresponderem ao especificado.

**17.2.1.** A não aceitação de serviços objeto deste CONTRATO, no todo ou em parte, não implicará a dilação do prazo de entrega, salvo expressa concordância da PREFEITURA.

**17.2.1.1.** A CONTRATADA adotará as providências necessárias para que o serviço, quando não aceito, no todo ou em parte, seja refeito ou reparado a suas expensas e nos prazos estipulados pela PREFEITURA, observado o subitem **11.1.22.**

**17.3.** A gestão deste CONTRATO pela PREFEITURA será realizada pela Secretaria de Comunicação.

**17.3.1.** A gestão e a fiscalização deste CONTRATO em nada restringem a responsabilidade da CONTRATADA pela execução dos serviços.

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

**17.3.3.** A CONTRATADA se obriga a permitir que a auditoria interna da PREFEITURA ou auditoria externa por esta indicada tenha acesso a todos os documentos que digam respeito à execução deste CONTRATO.

**17.3.4.** Serão anotadas e registradas todas as ocorrências relacionadas com a execução contratual, cabendo à CONTRATADA atender, no prazo estipulado pela PREFEITURA, às determinações para regularização das faltas ou defeitos observados.



# Prefeitura Municipal de São Carlos

*Departamento de Procedimentos Licitatórios*

*Comissão Permanente de Licitação*

---

**17.4.** A PREFEITURA realizará, semestralmente, avaliação da qualidade do atendimento, do nível técnico dos trabalhos, dos resultados concretos dos esforços de comunicação sugeridos pela CONTRATADA e do atendimento ao subitem **11.1.24.**

**17.4.1.** Sem prejuízo de outras finalidades com objetivo semelhante ou complementar, a avaliação semestral será considerada instrumento para:

I – solicitar à CONTRATADA a melhora da qualidade dos serviços prestados;

II – subsidiar decisão sobre prorrogação e rescisão contratuais;

III – subsidiar declaração sobre desempenho da CONTRATADA.

## **XVIII - CLÁUSULA DÉCIMA OITAVA - DO FORO**

**18.1.** Fica eleito o foro da Comarca de São Carlos para dirimirem-se eventuais controvérsias oriundas deste contrato, em detrimento de outro, por mais privilegiado que seja.

E, por assim estarem justas e acordadas, assinam o Contrato as partes através de seus representantes já qualificados no preâmbulo, na presença das testemunhas abaixo arroladas, em quatro vias de igual teor e efeito.

São Carlos, \_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de 2019.

CONTRATANTE – CONTRATADO – TESTEMUNHAS



# Prefeitura Municipal de São Carlos

Departamento de Procedimentos Licitatórios

Comissão Permanente de Licitação

## ANEXO VII - MODELO DE PROPOSTA DE PREÇO

Referência: Concorrência Pública nº 05/2019

Nome empresarial da licitante: .....

CNPJ nº .....

Endereço, telefone e e-mail: .....

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

Declaramos que, na vigência do contrato decorrente da Concorrência 05/2019, promovida pela Prefeitura Municipal de São Carlos, serão cobrados os seguintes honorários:

a) Honorários de.....% (.....) incidentes sobre o preço dos serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peças e/ou materiais.

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, com um desconto de .....% (..... por cento).

c) Honorários de.....% (.....) sobre serviços de desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando à expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias, quando realizadas externamente.

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 São Carlos a esse título.

Declaramo-nos cientes de que a Prefeitura Municipal 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 São Carlos correspondente à chamada "parte líquida", correspondente a 80% do valor da mídia, e a agência emitirá os restantes 20% contra a Prefeitura Municipal de São Carlos.

Informamos conhecer e aceitar as disposições alusivas a direitos autorais, estabelecidas na Cláusula Nona da minuta de contrato (ANEXO 5).

....., .....de .....de 2019

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 São Carlos

*Departamento de Procedimentos Licitatórios*

*Comissão Permanente de Licitação*

---

## ANEXO VIII - BRIEFING

### HISTÓRIA DA CIDADE DE SÃO CARLOS

A região começou a ser povoada no final do século XVIII, com a abertura de uma trilha que levava às minas de ouro de Cuiabá e Goiás. Saindo de Piracicaba, passando por Rio Claro, subindo as escarpas das encostas do planalto, passando pelos campos, matas e cerrados de Araraquara, lavas de povoadores se estabeleceram na região. A história de São Carlos tem início em 1831, com a demarcação da Sesmaria do Pinhal. Na data da fundação, 4 de novembro de 1857, a povoação era composta por algumas pequenas casas ao redor da capela e seus moradores eram, em sua maior parte, herdeiros da família Arruda Botelho, primeiros proprietários das terras da Sesmaria do Pinhal.

São Carlos é elevada à categoria de vila em 1865 e a Câmara Municipal é empossada. Em 1874 a vila contava com 6.897 habitantes e destacava-se na região pelo seu rápido crescimento e importância regional. Em 1880, passa de vila a cidade e em 1886, com uma população de 16.104 habitantes, já possui ampla infraestrutura urbana.

Entre 1831 e 1857 são formadas as fazendas de café pioneiras, marcando o início da primeira atividade econômica de maior expressão em São Carlos. A lavoura cafeeira chega à Fazenda Pinhal em 1840 e se espalha por todas as terras férteis no município, tornando-se o principal produto de exportação.

A cidade surge no contexto da expansão da lavoura cafeeira, que é marcante nas últimas décadas do século XIX e nas duas primeiras do século XX. A chegada da ferrovia em 1884 propiciou um sistema eficiente para escoar a produção para o porto de Santos e deu um grande impulso ao desenvolvimento da economia da região. A ferrovia também contribuiu para que a área central da cidade se firmasse como local de destaque político e econômico.

Nas últimas décadas do século XIX ocorreu o fenômeno social que mais influência deixou na região central do Estado de São Paulo: a imigração. São Carlos recebeu imigrantes alemães trazidos pelo Conde do Pinhal em 1876, e de 1880 a 1904, o município foi um dos principais polos atrativos de imigrantes do Estado de São Paulo. A grande maioria deles era originária das regiões setentrionais da Itália. Os imigrantes vinham para trabalhar nas lavouras de café e, graças às suas habilidades, atuavam também na manufatura e no comércio.

No início do século XX existiam inúmeras sociedades culturais e de ajuda mútua que desenvolviam atividades sociais com a finalidade de promover a educação, destacando-se a Vittorio Emanuele, de 1900, e a Dante Alighieri, de 1902. A presença de imigrantes italianos era tão grande que durante as primeiras décadas do século XX, o governo italiano manteve um vice-consulado em São Carlos. A crise cafeeira de 1929 levou os imigrantes a deixarem a atividade rural, passando a trabalhar no centro urbano como operários nas oficinas, no comércio, na prestação de serviços, na fábrica de artefatos de madeira e de cerâmica e na construção civil.

Os fazendeiros aplicavam os lucros obtidos com o café na constituição de várias empresas em São Carlos: bancos, companhias de luz elétrica, de bondes, telefones, sistemas de água e esgoto, teatro, hospitais e escolas, fortalecendo a infraestrutura urbana e criando condições para a industrialização. Com os conhecimentos dos imigrantes e com a chegada de migrantes de outros centros urbanos nas décadas de 30 e 40, a indústria consolida-se como a principal atividade econômica de São Carlos, que chega à década de 50 como centro manufatureiro diferenciado, com relevante expressão industrial entre as cidades do interior do Estado de São Paulo.

O setor industrial desenvolveu-se também a partir de oficinas que serviam às plantações de café. A fabricação de máquinas de beneficiamento, sapatos, adubos, ferragens, móveis, macarrão e charutos, assim como as alfaiatarias, cervejarias, fundições, serrarias, tecelagem, uma indústria de lápis e olarias marcam a economia de São Carlos nos anos 30. Nas décadas de 50 e 60 a indústria solidifica-se com a instalação de fábricas de geladeiras, compressores, tratores e uma grande quantidade de empresas pequenas e médias, fornecedoras de produtos e serviços.

Na segunda metade do século XX, a cidade recebe um grande impulso para o seu desenvolvimento tecnológico e educacional com a implantação, em abril de 1953, da Escola de Engenharia de São Carlos, vinculada à Universidade de São Paulo (USP), e, na década de 70, com a criação da Universidade Federal de São Carlos (UFSCar).



# Prefeitura Municipal de São Carlos

*Departamento de Procedimentos Licitatórios*

*Comissão Permanente de Licitação*

Fonte: <http://www.saocarlos.sp.gov.br/index.php/historia-da-cidade/115269-historia-de-sao-carlos.html>

## **CLIMA E VEGETAÇÃO**

Localizada no centro geográfico do Estado de São Paulo, a cidade de São Carlos possui características especiais que a tornam um local de destaque sob vários aspectos. O clima ameno, com temperatura média anual de 19,6 °C, somado às altitudes médias entre 800 e 1.000 metros, faz de São Carlos um local muito agradável, com inúmeras cachoeiras, curiosas formações geológicas e belíssimas paisagens.

O cerrado foi a vegetação original predominante, ocorrendo nos terrenos arenosos do planalto. Sobre as manchas de solos férteis existia uma exuberante vegetação da Mata Atlântica. Hoje, ainda há áreas de cerrado e fragmentos de mata preservada, incluindo vários exemplares de araucária de grande porte, árvore-símbolo da cidade.

## **CAPITAL DA TECNOLOGIA**

O vigor acadêmico, tecnológico e industrial conferiu à cidade o título de Capital da Tecnologia. Suas universidades e centros de pesquisa são reconhecidos pela excelência e diversidade. A Universidade de São Paulo (USP), com dois campi na cidade, e a Universidade Federal de São Carlos (UFSCar) oferecem ensino gratuito e de qualidade e já incorporaram à história de São Carlos suas contribuições à ciência e à capacitação profissional de milhares de alunos.

Reforçando o caráter de pólo de desenvolvimento científico e tecnológico, a Embrapa (Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária) mantém dois centros de atividades instalados na cidade: o Centro de Pesquisa de Pecuária do Sudeste e o Centro Nacional de Pesquisa e Desenvolvimento de Instrumentação Agropecuária, produzindo tecnologia de ponta nas áreas de melhoramento genético bovino e de desenvolvimento de equipamentos agropecuários.

Instituída em 1984, a Fundação ParqTec é outro ponto de destaque neste cenário tecnológico. Trata-se de uma organização não governamental sem fins lucrativos, que tem o objetivo de gerenciar e promover o desenvolvimento do Pólo Tecnológico de São Carlos, a partir da transferência de tecnologia das universidades e centros de pesquisas para as empresas.

Já a atividade industrial é marcada pela presença de grandes indústrias: Volkswagen (motores), Tecumseh (compressores), Faber Castell (lápiz), Electrolux (geladeiras e fogões), além de empresas têxteis, de embalagens, de máquinas, tintas, lavadoras, equipamentos ópticos e uma grande quantidade de indústrias médias e pequenas dos mais diversos setores de produção.

O comércio atende às necessidades da cidade e da região, oferecendo produtos e serviços de qualidade. E o setor agropecuário é importante na produção de leite, cana, laranja, frango, carne bovina e milho. São Carlos também é servida por excelentes estradas, que permitem o deslocamento com segurança e rapidez a São Paulo (cerca de 228 Km) e às principais cidades do Estado.

Eventos importantes marcam o calendário da cidade, atraindo visitantes e movimentando a economia local. Entre eles está a Festa do Clima, realizada anualmente no mês de abril, conta com uma tradicional Exposição de Orquídeas, shows, artesanatos e barracas de comidas diversas.

Fonte: <http://www.saocarlos.sp.gov.br/index.php/conheca-sao-carlos/115268-a-cidade-de-sao-carlos.html>

## **DADOS BÁSICOS:**

- População estimada: 249.415 habitantes (estimativa IBGE 2018)
- Clima: Subtropical
- Vegetação: Cerrado
- Orçamento municipal: R\$ 900 milhões (2019)
- Emprego formal: 75.130 (dados – Nível de Conjunturas e Estudos da UNESP/Araraquara (nov/2018)
  - 36.198 Serviços
  - 18.388 Indústria





# Prefeitura Municipal de São Carlos

*Departamento de Procedimentos Licitatórios*

*Comissão Permanente de Licitação*

- 15.767 Comércio

- Universidades e Faculdades: USP, UFSCar, INICEP, IFSP, UNIVESP

- Índice especial: São Carlos é conhecida como a “cidade dos doutores, pois possui 1 doutor para cada 100 habitantes, são mais de 2.530 doutores formados (número 10 vezes maior que a média nacional)

- Possui 250 indústrias de tecnologia e 150 start up

## **PORQUE É NEGÓCIO INVESTIR EM SÃO CARLOS**

São Carlos se destaca pela vocação educacional e tecnológica, firmada a partir da instalação de importantes universidades públicas – a USP, que começou com a Escola de Engenharia de São Carlos, em 1953, e a Universidade Federal de São Carlos (UFSCar) em 1970. A cidade sedia unidades da Embrapa, faculdades particulares, escolas técnicas, parques tecnológicos, incubadoras de empresas e centenas de empresas de base tecnológica. Pelo vigor acadêmico e científico e forte dinâmica industrial, a cidade é conhecida como “Capital da Tecnologia”.

É forte a vocação de São Carlos para o turismo de negócios e eventos, e a cidade pode tornar-se uma referência nacional e internacional neste segmento. Com tantos atrativos e diferenciais, no entanto, o município também é excelente local para empreendimentos de qualquer natureza, uma vez que oferece condições competitivas significativas – domínio de tecnologia de ponta em várias áreas, parque empresarial diversificado e recursos humanos qualificados, possibilitando às suas empresas alcançar maior competitividade no mercado.

## **LOCALIZAÇÃO**

São Carlos fica na região administrativa central do Estado de São Paulo, a 230 km da capital paulista, próximo das cidades de Araraquara, Rio Claro e Ribeirão Preto, em uma das macrorregiões mais desenvolvidas do país.

Como importante centro regional, abrange uma população de mais de 222 mil habitantes, com mais de 25.000 estudantes de nível superior vindos de todas as regiões do Brasil e do exterior.

Em relação a aeroportos destacam-se: o aeroporto local localizado a 8 km e que passou por internacionalização, o aeroporto de Araraquara (40 km), o aeródromo de Itirapina (25 km), o aeroporto de Ribeirão Preto (100 km) e o aeroporto de Campinas (149 km). Tanto o aeroporto de Campinas quanto o aeroporto de Ribeirão Preto têm linhas frequentes e ligação com os principais aeroportos do País. Além disso, o Terminal Rodoviário de São Carlos, com linhas intermunicipais e interestaduais, e a Estação Ferroviária para transporte de cargas.

## **VOCAÇÃO ECONÔMICA**

São Carlos apresenta elevado grau de diversidade em sua economia e, em relação à atividade industrial, abriga empresas de portes e perfis tecnológicos diferenciados. Além de centenas de indústrias, novas cadeias produtivas começam a se formar no município. Segundo pesquisa do Departamento de Estatística da UFSCar, em São Carlos há um professor-doutor para cada 180 habitantes, índice superior ao de muitos países europeus – a média das cidades brasileiras é 1 doutor para cada 5.423 habitantes, o que possibilita parcerias para a transferência de conhecimentos científicos e tecnológicos às empresas locais – são centenas de empresas de base tecnológica, como a Opto, que atua na área de óptica fina. E também grandes indústrias, como Faber-Castell (lápiz), Electrolux (fogões e geladeiras), Tecumseh (compressores), Volkswagen (motores), Toalhas São Carlos (linha de banho), Tecelagem São Carlos (tapetes), além do Centro Tecnológico de Manutenção da TAM, e das novas empresas que prometem se instalar no município, a AirShip e a Orygen.

É uma cidade ideal para todos aqueles investimentos que procuram mercado consumidor em expansão, disponibilidade de mão-de-obra qualificada, centro de desenvolvimento científico e tecnológico, infra-estrutura instalada, economia diversificada, localização geográfica estratégica e excelente qualidade de vida. Os principais polos industriais presentes no município são: o Metal-Mecânico, o de Alta Tecnologia e o Aeronáutico, que começa a se desenvolver.

## **Tipos e números de empreendimentos – 2012 (última estimativa publicada pelo IBGE)**

Número de empresas atuantes: 11.011 unidades

Número de unidades locais: 11.402 unidades

Pessoal ocupado assalariado: 72.952 pessoas



# Prefeitura Municipal de São Carlos

*Departamento de Procedimentos Licitatórios*

*Comissão Permanente de Licitação*

Pessoal ocupado total: 87.876 pessoas  
Salário médio mensal: 3,3 salários mínimos

## **POLO METAL-MECÂNICO**

É formado pelos setores de metalurgia, como fabricação de motores automobilísticos, máquinas, equipamentos e eletrodomésticos. As indústrias metal-mecânica e eletroeletrônica, pelo seu grau de complementaridade e tecnologia, posicionam-se como uma referência de atração de negócios, seja no setor industrial, comercial ou de serviços.

## **PÓLO DE ALTA TECNOLOGIA e POLO AERONÁUTICO**

Uma nova cadeia produtiva no setor aeronáutico está se formando. Contando com a presença do Centro Tecnológico de Manutenção da TAM, onde funciona também seu museu de aeronaves, a fábrica da Embraer, em Gavião Peixoto (50km), a implantação do curso na USP de Engenharia Aeronáutica, e também de lá o laboratório de Aeronaves. E os cursos técnico no Senai e de tecnólogo no Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia, em parceria com a UFSCar, para formação de mão-de-obra especializada.

## **SETOR ACADÊMICO E CENTROS DE PESQUISA**

São Carlos destaca-se pelas pesquisas conduzidas por sua forte área acadêmica, que possibilita parcerias para a transferência de conhecimentos científicos às empresas locais. Suas universidades são reconhecidas nacional e internacionalmente pela excelência e diversidade. A USP, com dois campi no município, e a UFSCar oferecem ensino gratuito e de qualidade para a capacitação profissional de milhares de alunos. E a Embrapa mantém dois centros de atividades na cidade.

## **INFRAESTRUTURA TURÍSTICA**

O município oferece excelente infraestrutura de apoio, sendo 34 agências bancárias, 16 agências de eventos, 7 locadoras de veículos e 18 auditórios/ anfiteatros que mostram a importância dos segmentos empresariais, com forte vocação para o desenvolvimento das atividades voltadas para o turismo científico e tecnológico, empresarial, histórico e ecológico. São Carlos apresenta grandes possibilidades para novos investimentos que venham suprir necessidades no campo da hotelaria, gastronomia, receptivo, centro de eventos, serviços para eventos, entre outros.

## **INFRAESTRUTURA DE APOIO**

### Shopping Iguatemi

Ocupa uma área de 70.000 m<sup>2</sup>. Possui 77 lojas, três cinemas, área de lazer, praça de alimentação, estacionamento para 2.500 carros e fluxo aproximado de 300 mil pessoas por mês, sendo 25% a 30% vindos de outras cidades.

### Hospitais e Clínicas de Saúde

Irmandade da Santa Casa de Misericórdia: urgência e emergência, centro cirúrgico e exames em ressonância magnética, tomografia entre outros; Hospital-Escola Municipal Prof. Dr. Horácio Carlos Panepucci: atendimento de urgência e emergência, exames especializados, pediatria 24h; Casa de Saúde e Maternidade de São Carlos, com atendimento geral.

### Comunicação

Ligação de alta velocidade com a capital do estado por rede de fibra óptica; Emissoras de televisão: EPTV Central (afiliada da Globo), Record; TV Educativa de São Carlos, retransmissora da TV Brasil com programação local; TV Comunitária e TV Nova Cidade (TV a cabo); Dez emissoras de rádio, sendo 7 FM e 3 AM; Dois jornais diários, um semanal.

## **CRESCIMENTO ORDENADO**

O Plano Diretor foi importante instrumento para disciplinar o crescimento da cidade, pois estabeleceu a preservação de áreas ambientalmente mais sensíveis, ao mesmo tempo em que incentivou a ocupação das regiões já servidas por infraestrutura e outras ainda não ocupadas, também indicadas para uso. Hoje os loteamentos aprovados cumprem as leis de ocupação do solo. Com isso, a cidade vem se tornando cada vez mais preparada para receber novos projetos e investimentos na área empresarial e imobiliária, reforçando sua posição como polo de desenvolvimento regional.



# Prefeitura Municipal de São Carlos

*Departamento de Procedimentos Licitatórios*

*Comissão Permanente de Licitação*

---

## **ATRAÇÕES TURÍSTICAS**

As opções para conhecer a cidade em seu aspecto histórico, religioso, cultural, folclórico, ecológico são bem variadas. São Carlos participa do Circuito Turístico das Fazendas Históricas Paulistas – suas fazendas resgatam o passado e atraem grande número de visitantes. O município tem um Conselho Municipal de Turismo atuante e mantém convênio com o Convention Bureau Terras Altas.

### Fazenda Pinhal

A Fazenda Pinhal, célula mater da cidade, tombada como patrimônio histórico nacional, oferece visitas monitoradas à casa, com seus objetos, que guardam uma história própria da época do café.

[www.fazendapinhal.com.br](http://www.fazendapinhal.com.br)

### Fazenda Santa Maria do Monjolinho

Esta fazenda, cuja casa-grande foi construída em 1887, conta como o café fez a riqueza do Brasil. O terreiro, a tulha, a roda d'água, a senzala registram a história dos escravos e dos imigrantes. É possível fazer trilhas, passeios de cavalo e charrete, visita na antiga Estação Monjolinho.

[www.santamariamonjolinho.com.br](http://www.santamariamonjolinho.com.br)

### Estância Ecológica Vale do Quilombo

Além da hospedagem em quartos ou bangalôs com pensão completa, proporciona diversos passeios: trilhas, cavalgada, bondinho, boia-cross e cachoeiras. Com sua área verde totalmente preservada, o Vale, no distrito de Água Vermelha, possui características únicas, tanto no relevo como na fauna e flora.

[www.valedoquilombo.com.br](http://www.valedoquilombo.com.br)

### Catedral São Carlos Borromeu

Localizada onde foi erguida a primeira igreja, em torno da qual a cidade teve origem. O primeiro prédio, em madeira, foi reconstruído em alvenaria e inaugurado em 1886. Em 1908, a igreja transformou-se em Sé Episcopal e ganhou nova reforma em 1918. A construção da Catedral iniciou em 1949. Com uma cúpula de 70 metros de altura por 30, é uma réplica da Basílica de São Pedro no Vaticano.

### Santuário de Nossa Senhora da Babilônia

Pequena igreja rural que guarda a imagem de Nossa Senhora da Conceição Aparecida, encontrada, segundo a tradição local, intacta sob uma árvore, após um incêndio. Recebe romarias e procissões ao longo do ano, com destaque para o dia 15 de agosto, feriado em homenagem à padroeira. São Carlos faz parte do Circuito Turístico Religioso Caminhos da Fé, que vai até Aparecida do Norte.

## **ROTEIRO HISTÓRICO PELA CIDADE**

Vale a pena visitar a Estação Cultura, que funciona na estação ferroviária, onde também está o Museu Histórico e a Fundação Pró-Memória, que cuida do patrimônio e guarda documentos históricos. Vale a pena também olhar e sentir a exposição permanente com obras originais do renomado pintor espanhol Salvador Dali, no Espaço Cultural Acervo Antonio Ibaixe.

A Praça Coronel Salles, totalmente reformada, resgatando características originais, abriga o monumento a Maurren Maggi, em aço-corten, a Câmara Municipal e o primeiro grupo escolar da cidade, o Paulino Carlos. Construído em 1893 para ser a residência do Conde do Pinhal, um dos fundadores da cidade. O projeto em estilo eclético é de autoria do construtor Pietro David Cassinelli. É tombado pelo Condephaat.

A Praça Paulino Carlos foi revitalizada. As antigas fontes foram recuperadas e hoje atraem pessoas de todas as idades. Em uma das esquinas fica a Biblioteca, e nas outras o Centro de Cultura Afro-Brasileiro e o Palacete Bento Carlos.

No Centro de Divulgação Científica e Cultural (USP), jovens aprendem os mistérios da ciência de modo divertido. Em curso, a criação do Galpão da Ciência, também para estimular os jovens na área das ciências.

## **EM CONTATO COM A NATUREZA**

Parque Ecológico "Dr. Antônio Teixeira Vianna"



# Prefeitura Municipal de São Carlos

*Departamento de Procedimentos Licitatórios*

*Comissão Permanente de Licitação*

Tem como prioridade o trabalho voltado para reprodução e preservação das espécies ameaçadas, além da educação ambiental. São 72 ha com 84 recintos, mais de 900 animais de 102 espécies. É um dos únicos zoológicos do país especialistas em manejo de fauna silvestre da América do Sul, como o raro ursode-óculos. [www.pesc.org.br](http://www.pesc.org.br)

Horto Florestal Municipal "Navarro de Andrade"

Trabalha na preservação de matas ciliares do município. Possui uma trilha ecológica de aproximadamente 400 metros, onde é possível identificar espécies arbóreas e suas características. Também do horto saem as árvores que são plantadas em toda a cidade e as flores e plantas para praças e parques. Também faz doação de mudas para a população.

Centro de Divulgação da Astronomia Observatório

Inaugurado em 1986, ano da passagem do cometa Halley, o Observatório da USP tem como principal atividade divulgar a astronomia para a comunidade. Também a UFSCar prepara o seu Observatório, que será todo informatizado.

## **TURISMO POR TODA A REGIÃO**

As cidades da região formam o Circuito Turístico Chapada Guarani, dentro do Programa de Regionalização do Turismo. No centro do Estado, são caracterizadas por relevo forte (cuestas e morros testemunhos) e pela abundância das águas (nascentes, cachoeiras e rios) que alimentam o aquífero Guarani, maior reservatório de água subterrânea do mundo. O acesso rodoviário é o melhor do Brasil, por boas rodovias, ligações com todas as regiões do Estado e do Brasil, além de clima excelente o ano todo.

O calendário é rico em eventos e festas folclóricas regionais. A comida é a famosa "caseira", preparada com produtos naturais e saborosos.

Em Brotas, a "Capital do Turismo de Aventura", você faz rafting e boia-cross pelo rio Jacaré-Pepira.

Itirapina tem a represa do Lobo, ou Broa, como é conhecida, um privilégio para os esportes aquáticos, com clube, casas e condomínios particulares. A prática do rapel é muito apreciada em Analândia e Torrinha, particularmente nos famosos Morro do Cuscuzeiro e Pedra de Torrinha. Todas elas, vizinhas a São Carlos.

## **TEMA DA CAMPANHA HIPOTÉTICA - PROJETO SÃO CARLOS 200 ANOS**

### **O PROJETO**

Com o lançamento do projeto São Carlos 200 Anos, a prefeitura começou a planejar a cidade para as próximas décadas. Melhorar os serviços públicos, criar mais oportunidades para a população, aumentar a competitividade do município, promover o alinhamento entre o poder público e o privado, e colocar a cidade entre as dez melhores gestões do país são alguns dos objetivos do projeto.

São Carlos finalmente atingiu o equilíbrio entre a despesa e a receita. As contas do município estão em dia. Também recuperou a capacidade financeira, e, hoje, a cidade pode receber recursos do governo estadual e do governo federal. Agora, a prefeitura trabalha de olho no futuro, quando São Carlos completar 200 anos, em 2057, esse é o foco neste momento trabalhar duro para melhorar a cidade, em todos os aspectos pensando no futuro. Por meio do projeto, o ideal é construir uma cidade melhor, em todas as áreas, para as próximas gerações. O caminho é longo e exige muitos esforços, mas o mais importante passo está sendo dado com o lançamento deste programa.

A formatação do programa está dividida em quatro etapas, sendo:

1. Levantamento de dados  
- Institucionais/Prefeitura (dados, informações, estatísticas, pesquisas próprias, entre outros)
2. Pesquisa pública participativa  
- Levantamento junto a população de São Carlos
3. Análises de todos os dados, elaboração de relatório final e divulgação
4. Formatação dos planos de ações com foco nas metas estipuladas



# Prefeitura Municipal de São Carlos

*Departamento de Procedimentos Licitatórios*

*Comissão Permanente de Licitação*

---

A campanha precisará, necessariamente, contemplar as duas primeiras etapas do projeto, ou seja, comunicar e informar sobre a iniciativa da prefeitura em relação ao Projeto São Carlos 200 Anos, engajar e motivar a participação da população na “Pesquisa pública participativa”, que se dará por meio de reuniões presenciais nos bairros e, também, por meio de aplicativo gratuito (APP SÃO CARLOS 200), onde todos os munícipes poderão opinar sobre as prioridades, as necessidades, as ideias e outros itens estipulados pela equipe técnica do projeto, sempre com direcionamento para o tema: “Como queremos a nossa cidade em 2057, quando ela completar 200 anos?” .

## **PÚBLICO-ALVO**

Todos os moradores da cidade e, também, pessoas que não moram, mas vivem a cidade, que possuem relação direta e diária com o município.

## **OBJETIVO DA CAMPANHA**

Comunicar, informar e engajar toda a população de São Carlos no Projeto São Carlos 200 Anos.

## **VERBA ESTIMADA PARA A CAMPANHA**

R\$ 600.000,00 (seiscentos mil de reais), incluindo produção e veiculação.

## **PRAÇA**

A cidade de São Carlos.

## **PERÍODO**

45 (quarenta e cinco) dias.



# Prefeitura Municipal de São Carlos

## Departamento de Procedimentos Licitatórios

### Comissão Permanente de Licitação

#### ANEXO IX – TERMO DE REFERÊNCIA

A Lei 12.232/10 estabelece normas gerais sobre as licitações e contratações pela administração pública de serviços de publicidade prestados necessariamente por intermédio de agências de propaganda, no âmbito Federal, Estadual e Municipal, temos amparada e vinculada a contratação de serviços de publicidade.

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

Na contratação dos serviços de publicidade deverão ser incluídos como atividades complementares os serviços especializados pertinentes à produção e à execução técnica das peças e dos projetos criados, ao planejamento e à execução de pesquisas e outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento relacionados a determinada ação publicitária e 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

As pesquisas de recall serão realizadas somente quando solicitadas pelo CONTRATANTE para campanhas que vierem a ser produzidas.

Os serviços de publicidade serão contratados em agências de propaganda cujas atividades sejam disciplinadas pela Lei no 4.680, de 18 de junho de 1965, e que possuam um certificado de qualificação reconhecido pelo mercado (como exemplo o Conselho Executivo das Normas-Padrão – CENP, ou por entidade equivalente, legalmente reconhecida como fiscalizadora e certificadora das condições técnicas de agências de propaganda).

A modalidade prevista e autorizada pela Lei 12.232/10 nesta licitação será do tipo “técnica”, sendo a proposta baseada nas orientações de um “briefing” apresentado pela licitante, de forma precisa, clara e objetiva e a proposta de preços conterá quesitos representativos das formas de remuneração vigentes no mercado publicitário, no caso por meio do desconto padrão de agência, honorários sobre produção e desconto sobre a Tabela vigente do SINAPRO-SP - Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de São Paulo.

Para estipular o valor necessário na licitação devemos levar em consideração alguns pontos:

1º. Dotação orçamentária disponível;

2º. Frequência, cobertura, penetração e impacto da publicidade, ou seja, independente do tamanho do nosso município, os meios de comunicação precisam ser variados, interdependentes e complementares, incluindo-se os meios rádio, jornal, TV, outdoor, mídia digital (TV out of home), internet, painéis de rua, carro de som e faixas, além das peças de não mídia como cartaz, folheto, folder, banner e cartilhas, entre outros. A administração municipal precisa desenvolver um trabalho de comunicação baseado em pesquisas e avaliações, detectando assim quais serão as peças e meios mais eficazes para que as mensagens da Prefeitura Municipal cheguem ao máximo de cidadãos possível.

3º. As novas diretrizes estabelecidas pela Lei 12.232/10 que estabelece o espectro de abrangência dos novos contratos de publicidade firmados com a administração pública, particularmente o art. 2º, parágrafo 1º e seus incisos;

4ª. A grande necessidade de divulgação dos atos e programas do governo para informar a população sobre os serviços e ações implementados pela Prefeitura Municipal;

5ª. A necessidade de uma abrangência maior das mensagens do governo, a fim de atingir setores produtivos em outras localidades e de fomentar o turismo na cidade e todos os benefícios econômicos e sociais que este agrega;

6º. O fato de que houve um desenvolvimento acelerado de novos meios de divulgação, particularmente quanto à criação de formas inovadoras de comunicação publicitária, em vista as novas tecnologias (internet, Twitter, Instagram, Facebook, sítio





# Prefeitura Municipal de São Carlos

## Departamento de Procedimentos Licitatórios

### Comissão Permanente de Licitação

da Prefeitura, entre outros), visando à expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias;

7º. A necessidade de implantar um plano de ação publicitário completo e abrangente, e para tanto apropriar verbas equivalentes ao projeto, pois da forma que o município vinha procedendo não atingia os objetivos traçados, conforme estabelece os novos parâmetros da lei 12.232/10 e conforme prescrito na Constituição Federal (grifo nosso), Art. 5º: "Todos são iguais perante a lei, sem distinção de qualquer natureza, garantindo-se aos brasileiros e aos estrangeiros residentes no País a inviolabilidade do direito à vida, à liberdade, à igualdade, à segurança e à propriedade, nos termos seguintes:

XXXIII - todos têm direito a receber dos órgãos públicos informações de seu interesse particular, ou de interesse coletivo ou geral, que serão prestadas no prazo da lei, sob pena de responsabilidade, ressalvadas aquelas cujo sigilo seja imprescindível à segurança da sociedade e do Estado;

Art. 37. A administração pública direta e indireta de qualquer dos Poderes da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios obedecerá aos princípios de legalidade, impessoalidade, moralidade, publicidade e eficiência e, também, ao seguinte: § 1º - A publicidade dos atos, programas, obras, serviços e campanhas dos órgãos públicos deverá ter caráter educativo, informativo ou de orientação social, dela não podendo constar nomes, símbolos ou imagens que caracterizem promoção pessoal de autoridades ou servidores públicos.

8º. O valor do contrato deve fazer jus aos valores praticados pelos veículos de comunicação de massa da região. Seguem alguns exemplos de custos praticados por veículos locais e regionais:

TV		
EPTV	Formato	Custo Unitário
Jornal Regional 2ª Ed	30"	R\$ 4.380,00
Jornal Nacional	30"	R\$ 7.828,00
Novela III	30"	R\$ 7.826,00
Fantástico	30"	R\$ 6.163,00
TV CLUBE – BAND		
Jornal da Clube 2ª Ed	30"	R\$ 5.695,00
Jornal da Band	30"	R\$ 10.014,00
Masterchef	30"	R\$ 11.910,00
SBT		
SBT Brasil	30"	R\$ 6.024,00
Programa do Ratinho	30"	R\$ 6.417,00
Programa Raul Gil	30"	R\$ 3.547,00
Eliana	30"	R\$ 6.533,00
Programa Silvio Santos	30"	R\$ 8.513,00
RECORD		
Jornal da Record	30"	R\$ 5.593,00
Hora do Faro	30"	R\$ 5.333,00
Domingo Espetacular	30"	R\$ 7.020,00
JORNAL		
Veículo	Formato	Custo Unitário
Primeira Página	1 Página	R\$ 6.240,00



# Prefeitura Municipal de São Carlos

Departamento de Procedimentos Licitatórios

Comissão Permanente de Licitação

Jornal No Farol	1 Página	R\$ 5.610,00
<b>RÁDIO</b>		
<b>Veículo:</b>	<b>Formato:</b>	<b>Custo Unitário</b>
Clube AM	Spot 30"	R\$ 392,04
Clube FM	Spot 30"	R\$ 392,04
Intersom	Spot 30"	R\$ 220,00
DBC	Spot 30"	R\$ 129,00
GLOBO AM	Spot 30"	R\$ 70,00
POP FM	Spot 30"	R\$ 73,60
UFSCAR	Spot 30"	R\$ 10,00
<b>REVISTA</b>		
<b>Veículo:</b>	<b>Formato:</b>	<b>Custo Unitário</b>
Revista Kappa	1 Página	R\$ 6.800,00
<b>INTERNET</b>		
<b>Veículo:</b>	<b>Formato:</b>	<b>Custo</b>
São Carlos Dia e Noite	730x90px	R\$ 93,33
São Carlos em Rede	970x250px	R\$ 67,00
São Carlos Agora	970x250px	R\$ 120,00
Site Primeira Página	468x60px	R\$ 140,00
Carlinhos Lima News	790x236px	R\$ 266,66
Região em Destake	820x300px	R\$ 50,00
Folha São Carlos e Região	690x90px	R\$ 33,33

9º. Por último, ressaltamos que os valores estabelecidos no edital para um período de doze meses (valor este sendo uma prerrogativa do executivo municipal, podendo ser renovado de acordo com a lei) e seu posterior contrato é de verba autorizativa, ou seja, a administração municipal não é, em momento algum, obrigada a gastar o valor integralmente, faz-se ali uma estimativa de gastos, não cabendo a contratada reivindicar o gasto da verba total estimada em contrato. Sendo assim, o valor necessário para este serviço técnico e especializado de natureza contínua é de R\$ 7.000.000,00 (sete milhões de reais). Destacamos, ainda, que todo e qualquer gasto nas campanhas apresentadas pela futura contratada só serão realizadas após análise pelo departamento competente da administração municipal e autorização por escrito em cada orçamento.

#### Do conteúdo técnico:

O objeto das presentes especificações é a contratação de Agência de Publicidade para prestação de serviços técnicos de publicidade para elaboração de projetos e campanhas para a Prefeitura do Município de São Carlos, incluindo todas as suas secretarias e coordenadorias.

Os serviços previstos abrangem todos os tipos de publicidade, em todos os assuntos e temas de competência ou de interesse da Administração, sendo:

O conjunto de atividades realizadas integralmente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceitualização, 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.



# Prefeitura Municipal de São Carlos

## Departamento de Procedimentos Licitatórios

### Comissão Permanente de Licitação

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

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

As pesquisas e outros instrumentos de avaliação previstos 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.

Não se confundem com estas normas, 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.

Não se incluem no conceito de patrocínio mencionado acima 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.

Para a prestação de serviços será contratada uma agência de propaganda, doravante denominada AGÊNCIA, que tenha suas atividades disciplinadas pela Lei 4.680/65.

A Agência atuará de acordo com solicitação da PREFEITURA.

A Agência atuará por conta e ordem da PREFEITURA na contratação de fornecedores de bens e serviços especializados para a execução das atividades complementares e de veículos e demais meios de divulgação para a transmissão das mensagens publicitárias.

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

Os serviços objeto desta licitação deverão ter caráter legal, educativo, informativo ou de orientação social, não podendo constar nomes, símbolos ou imagens que caracterizem promoção pessoal de autoridades ou servidores públicos.

A licitante deverá elaborar sua Proposta Técnica estruturada de acordo com os quesitos definidos no Edital.



# Prefeitura Municipal de São Carlos

Departamento de Procedimentos Licitatórios

Comissão Permanente de Licitação

ANEXO X – ANEXOS DO TCE (em atendimento à Instrução nº 02/2016)

ANEXO LC-01 - TERMO DE CIÊNCIA E DE NOTIFICAÇÃO

CONTRATANTE: \_\_\_\_\_

CONTRATADO: \_\_\_\_\_

CONTRATO Nº (DE ORIGEM): \_\_\_\_\_

OBJETO: \_\_\_\_\_

ADVOGADO (S)/ Nº OAB: (\*) \_\_\_\_\_

Pelo presente TERMO, nós, abaixo identificados:

## 1. Estamos CIENTES de que:

- a) o ajuste acima referido estará sujeito a análise e julgamento pelo Tribunal de Contas do Estado de São Paulo, cujo trâmite processual ocorrerá pelo sistema eletrônico;
- b) poderemos ter acesso ao processo, tendo vista e extraindo cópias das manifestações de interesse, Despachos e Decisões, mediante regular cadastramento no Sistema de Processo Eletrônico, conforme dados abaixo indicados, em consonância com o estabelecido na Resolução nº 01/2011 do TCESP;
- c) além de disponíveis no processo eletrônico, todos os Despachos e Decisões que vierem a ser tomados, relativamente ao aludido processo, serão publicados no Diário Oficial do Estado, Caderno do Poder Legislativo, parte do Tribunal de Contas do Estado de São Paulo, em conformidade com o artigo 90 da Lei Complementar nº 709, de 14 de janeiro de 1993, iniciando-se, a partir de então, a contagem dos prazos processuais, conforme regras do Código de Processo Civil;
- d) Qualquer alteração de endereço – residencial ou eletrônico – ou telefones de contato deverá ser comunicada pelo interessado, peticionando no processo.

## 2. Damo-nos por NOTIFICADOS para:

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

LOCAL e DATA: \_\_\_\_\_

## GESTOR DO ÓRGÃO/ENTIDADE:

Nome: \_\_\_\_\_

Cargo: \_\_\_\_\_

CPF: \_\_\_\_\_ RG: \_\_\_\_\_

Data de Nascimento: \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_

Endereço residencial completo: \_\_\_\_\_

E-mail institucional \_\_\_\_\_

E-mail pessoal: \_\_\_\_\_

Telefone(s): \_\_\_\_\_

Assinatura: \_\_\_\_\_



# Prefeitura Municipal de São Carlos

*Departamento de Procedimentos Licitatórios*

*Comissão Permanente de Licitação*

---

**Responsáveis que assinaram o ajuste:**

**Pelo CONTRATANTE:**

Nome e cargo: Airton Garcia Ferreira – Prefeito Municipal

CPF: 209.770.008-00

RG: 4.332.512-9

Data de Nascimento: 17/10/1949

Telefone(s): (16) 3362-1025

Endereço residencial completo: Rua Antonio Rodrigues Cajado, 2067 – V. Elizabeth – São Carlos

E-mail institucional: airton.garcia@saocarlos.sp.gov.br

E-mail pessoal: airtongarciaferreira@gmail.com

Assinatura: \_\_\_\_\_

**Pela CONTRATADA:**

Nome: \_\_\_\_\_

Cargo: \_\_\_\_\_

CPF: \_\_\_\_\_ RG: \_\_\_\_\_

Data de Nascimento: \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_

Endereço residencial completo: \_\_\_\_\_

E-mail institucional \_\_\_\_\_

E-mail pessoal: \_\_\_\_\_

Telefone(s): \_\_\_\_\_

Assinatura: \_\_\_\_\_

**Advogado:**

(\*) Facultativo. Indicar quando já constituído, informando, inclusive, o endereço eletrônico.

**Este anexo consta deste Edital para ciência dos licitantes. Será exigido apenas dos licitantes vencedores das licitações, por ocasião da assinatura das Atas de Registro de Preços ou Contratos. Não é necessária sua apresentação junto aos demais documentos de habilitação.**





# Prefeitura Municipal de São Carlos

Departamento de Procedimentos Licitatórios

Comissão Permanente de Licitação

## ANEXO LC-02 - CADASTRO DO RESPONSÁVEL

CONTRATANTE: PREFEITURA MUNICIPAL DE SÃO CARLOS

CONTRATADA:

CONTRATO N°(DE ORIGEM):

OBJETO:

Nome	
Cargo	
RG n°	
CPF n°	
Endereço (*)	
Telefone	
E-mail Institucional	
E-mail pessoal (*)	

(\*) Não deve ser o endereço/e-mail do Órgão e/ou Poder. Deve ser o endereço/e-mail onde poderá ser encontrado(a), caso não esteja mais exercendo o mandato ou cargo.

### Responsável pelo atendimento a requisições de documentos do TCESP

Nome	Iandra Corsini José
Cargo	Contadora
Endereço Comercial do Órgão/Setor	Rua Episcopal, 1.575 – 1º andar – Centro – São Carlos
Telefone e Fax	(16) 3362-1187
E-mail Institucional	iandra.jose@saocarlos.sp.gov.br

LOCAL e DATA: São Carlos, de de 2019

RESPONSÁVEL:

e-mail: [airtongarciaferreira@gmail.com](mailto:airtongarciaferreira@gmail.com)

Airton Garcia Ferreira  
Prefeito Municipal

Este anexo consta deste Edital para ciência dos licitantes. Será exigido apenas dos licitantes vencedores das licitações, por ocasião da assinatura das Atas de Registro de Preços ou Contratos. Não é necessária sua apresentação junto aos demais documentos de habilitação.



# Prefeitura Municipal de São Carlos

*Departamento de Procedimentos Licitatórios*

*Comissão Permanente de Licitação*

---

## ANEXO LC-03 - DECLARAÇÃO DE DOCUMENTOS À DISPOSIÇÃO DO TCE-SP

CONTRATANTE: PREFEITURA MUNICIPAL DE SÃO CARLOS

CNPJ Nº: **45.358.249/0001-01**

CONTRATADA:

CNPJ Nº:

CONTRATO Nº (DE ORIGEM):

DATA DA ASSINATURA:

VIGÊNCIA:

OBJETO:

VALOR (R\$):

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

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

**RESPONSÁVEL:**

e-mail: [airtongarciaferreira@gmail.com](mailto:airtongarciaferreira@gmail.com)

Airton Garcia Ferreira

Prefeito Municipal

**Este anexo consta deste Edital para ciência dos licitantes. Será exigido apenas dos licitantes vencedores das licitações, por ocasião da assinatura das Atas de Registro de Preços ou Contratos. Não é necessária sua apresentação junto aos demais documentos de habilitação.**