



Município de São João da Boa Vista

Departamento de Comunicação Social

TERMO DE REFERÊNCIA **002/2025/DCS**

1. DO OBJETO

1.1. O presente Termo de Referência se destina a contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agência de propaganda, sob demanda, para atendimento das necessidades de comunicação do Município de São João da Boa Vista, com o objetivo de prestar contas à população.

1.2. Nos termos do art. 2º, caput, da Lei nº 12.232/2010, consideram-se serviços de publicidade o conjunto integrado de atividades especializadas, compreendendo o estudo, planejamento, conceituação, criação, execução interna, intermediação, supervisão da execução externa e distribuição de mensagens publicitárias junto a veículos e demais meios de divulgação, com o objetivo de promover a difusão de ideias ou de informações de interesse público, por meio de estratégias e técnicas de comunicação institucional.

1.3. As atividades complementares de que trata o artigo 2º, § 1º e incisos I, II e III da Lei 12.232/2010 para a pretensa contratação consistirão em:

- a) produção e execução técnica das peças e projetos publicitários criados, com a agilidade e os prazos exigidos pelas demandas de comunicação da Prefeitura de São João da Boa Vista;
- b) planejamento e execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento sobre o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas;
- c) criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando à expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias.

1.4. As pesquisas e outros instrumentos de avaliação previstos no item “b” terão a finalidade de gerar conhecimento sobre o mercado ou o ambiente de atuação do Município, o público-alvo, e os veículos de divulgação nos quais serão difundidas as campanhas ou peças, aferir a eficácia do desenvolvimento estratégico, da criação e da divulgação de mensagens e possibilitar a avaliação dos resultados das campanhas ou peças.

1.5. Os serviços internos são aqueles executados pelo pessoal e/ou com os recursos da própria agência, sendo calculados com base em parâmetros referenciais estabelecidos pelo Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de São Paulo – SINAPRO-SP e não serão acrescidos de honorários nem de quaisquer encargos.



Município de São João da Boa Vista

Departamento de Comunicação Social

1.6. O contrato a ser firmado terá vigência inicial de 12 (doze) meses a contar da data de sua assinatura, podendo ser prorrogado a critério da Administração, nos termos do art. 107 da Lei 14.133/2021, desde que devidamente justificada e demonstrada a vantajosidade para o município.

1.7. Para fins deste Termo é vedada a execução de quaisquer outras atividades, em especial as de assessoria de imprensa, comunicação e relações públicas ou as que tenham por finalidade a realização de eventos festivos de qualquer natureza, em atendimento ao que dispõe o parágrafo 2º do art. 2º da Lei 12.232/2010.

1.8. Os serviços previstos neste item abrangem as ações de publicidade institucional e de utilidade pública, sobre todos os assuntos e temas de competência ou de interesse do Município, exceto os serviços referentes à publicidade legal.

1.9. Para a prestação dos serviços será contratada uma agência de publicidade, doravante denominada agência, licitante ou contratada.

2. DA JUSTIFICATIVA

2.1. O Departamento de Comunicação Social da Prefeitura de São João da Boa Vista tem por finalidade assessorar o sr. Prefeito Municipal nas áreas de comunicação social, promover a divulgação das ações do Governo Municipal e dos seus departamentos, disseminar informações de interesse público, coordenar e acompanhar a criação e veiculação da publicidade institucional relativa a planos, programas, projetos e ações, estabelecendo políticas e diretrizes, objetivando a manutenção de um fluxo permanente de informação à sociedade.

2.2. O Governo Municipal tem mantido seu compromisso com a mudança e a construção de uma sociedade com mais justiça social e igualdade, baseado no diálogo permanente com a sociedade do município, no respeito às pessoas e, sobretudo, construindo projetos de governo e políticas públicas que tem a população de São João da Boa Vista como sua prioridade máxima.

2.3. As ações do Município têm sido orientadas em quatro eixos estruturantes, intersetoriais e transversais, sem prejuízo de novas demandas que possam surgir ao longo da gestão. Esses eixos estão integrados entre si e são, na sua essência, indivisíveis e, portanto, transversais aos demais. São eles:

I – Enfrentar as diferenças sociais com um conjunto de políticas, programas, projetos e ações, direcionados à garantia do efetivo exercício de cidadania da população e continuar construindo oportunidades que garantam o usufruto dos direitos sociais, políticos e culturais para todos;

II – Cuidar bem do dinheiro público e modernização da gestão pública que traduz o compromisso de uma gestão pautada pela correta aplicação dos recursos públicos, assegurando



Município de São João da Boa Vista

Departamento de Comunicação Social

a cobertura das políticas com as oportunidades de emprego, trabalho, renda e cidadania, possibilitando ainda a modernização contínua da administração pública;

III – Promover o desenvolvimento para todos que reflete a luta permanente e persistente para construir oportunidades de maior acesso da população aos benefícios decorrentes do desenvolvimento sustentável, focado nas pessoas e suas demandas econômicas, sociais, culturais e ambientais e na valorização da cultura e das identidades da população;

IV – Ampliar a infraestrutura e logística com desenvolvimento para todos com o objetivo de reestruturar as ações dessa área visando acessibilidade e utilização democrática dos espaços públicos, na perspectiva de garantir mobilidade das pessoas e bens no território do município e indicar novas possibilidades de qualificar a experiência cotidiana do cidadão.

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

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

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

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

2.8. Portanto, a contratação dos serviços de publicidade, por meio de agência de propaganda, justifica-se pela falta de corpo técnico e específico no quadro da Prefeitura para desempenhar todas as atividades afins do presente objeto. A execução direta exigiria estrutura especializada, com profissionais de criação, planejamento, produção e mídia, recursos dos quais a Administração não



Município de São João da Boa Vista

Departamento de Comunicação Social

dispõe. Considerando a natureza técnico-criativa, intelectual e especializada dos serviços, bem como a necessidade de atualização constante e acesso a recursos específicos do setor, a terceirização mostra-se a solução mais eficiente, vantajosa e alinhada ao interesse público, nos termos da Lei nº 12.232/2010.

3. DESCRIÇÃO DA SOLUÇÃO COMO UM TODO

3.1. A contratação de serviços publicitários pela Administração Pública deverá ser precedida de correspondente processo licitatório, sob pena de incorrerem as autoridades responsáveis, em infrações legais, inclusive decorrentes da prática de atos de improbidade administrativa, além de outros.

3.2. A Lei nº 12.232/2010, em seu artigo 1º, estabelece a obrigatoriedade da realização de procedimentos licitatórios nas contratações pela administração pública de serviços de publicidade, que deverão ser prestados necessariamente por intermédio de agências de propaganda, no âmbito da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios, aí abrangidos os órgãos do Poder Executivo, Legislativo e Judiciário, bem como as pessoas da administração indireta e todas as entidades controladas direta ou indiretamente pela União, Estados e Municípios.

3.3. Os serviços objeto da presente concorrência serão contratados com agência de propaganda cujas atividades sejam disciplinadas pela Lei nº 4.680/65, que tenham obtido certificado de qualificação técnica de funcionamento, nos termos da Lei nº 12.232/2010.

3.4. Serão aplicadas, complementarmente à Lei nº 12.232/2010, também a Lei nº 14.133/2021, a Lei nº 4.680/65 e seu Decreto regulamentador nº 57.690/66, o Decreto Federal nº 4563/2002, o Decreto Municipal nº 7.587/23 que regulamenta, no âmbito da Administração Pública Municipal Direta e Indireta do Município de São João da Boa Vista, a lei Federal n. 14.133/21.

3.5. O procedimento licitatório se dará na modalidade de concorrência e, excepcionalmente, na forma presencial, com a apresentação das propostas técnica, de preço e dos documentos de habilitação de forma física, levando em consideração que a manutenção da forma presencial justifica-se pela exigência legal quanto à garantia do sigilo no Plano de Comunicação Publicitária (VIA NÃO IDENTIFICADA), na forma do disposto no artigo 6º, inciso IV, da Lei nº 12.232/2010.

3.5.1. O parágrafo 2º do artigo 17 da Lei 14.133/21 dispõe que:

“As licitações serão realizadas preferencialmente sob a forma eletrônica, admitida a utilização da forma presencial, desde que motivada, devendo a sessão pública ser registrada em ata e gravada em áudio e vídeo.”



Município de São João da Boa Vista

Departamento de Comunicação Social

3.5.2. Entretanto, por se tratar de contratação de serviços de publicidade, prestados por intermédio de agências de propaganda, além da Lei nº 14.133/21, todo o procedimento deverá seguir as normas dispostas da Lei nº 12.232/2010, que normatiza a contratação de tais serviços.

3.5.3. A Lei nº 12.232/2010, em seu Art. 6º, inciso IV, determina que o edital deve prever a apresentação das propostas técnicas em invólucros distintos e lacrados, identificados como “Via Não Identificada” e “Via Identificada”. O § 4º do mesmo artigo reforça que a “Via Não Identificada” não poderá conter qualquer elemento que identifique o licitante autor da proposta. O objetivo é garantir a imparcialidade no julgamento técnico das propostas pela Subcomissão Técnica, que deve avaliar o conteúdo do Plano de Comunicação Publicitária sem conhecer a autoria.

3.5.4. Destarte, cumpre evidenciar que a administração utiliza como plataforma para a realização de suas licitações, a Bolsa de Licitações e Leilões do Brasil – BLL. Tal plataforma, embora uma das mais utilizadas, não possui ferramentas adequadas para a realização do certame com o sigilo exigido pela lei nº 12.232/2010, durante o recebimento, guarda e julgamento das Propostas de “Via Não Identificada”.

3.5.5. Importante pontuar, que os sistemas eletrônicos podem não possuir mecanismos suficientes para impedir a identificação por metadados dos arquivos eletrônicos, bem como garantir que o acesso aos arquivos ocorra sem a identificação ou até mesmo o sigilo absoluto mantido até o momento adequado.

3.5.6. Desta forma, torna-se inviável a realização da licitação por meio eletrônico, fundamentando a opção de realização do certame de forma presencial, garantindo o atendimento das legislações pertinentes à contratação.

3.5.7. Outrossim, em atenção às disposições da Lei 14.133/21, as sessões públicas do certame licitatório serão gravadas em áudio e vídeo.

3.6. À vista das disposições do artigo 6º, inciso XXXVIII, da Lei nº 14.133/21 o critério de julgamento SERÁ de “técnica e preço”, já que os serviços de publicidade são reconhecidos como serviços técnicos especializados de natureza predominantemente intelectual, atendendo as disposições do artigo 36, parágrafo 1º, inciso I da Lei supracitada.

3.7. Com base no item 7.8 do Estudo Técnico Preliminar da presente contratação, os serviços publicitários institucionais são reconhecidos como de natureza contínua, uma vez que interrupção dos serviços de publicidade pode gerar danos ao Município pela descontinuidade de atividades estratégicas



Município de São João da Boa Vista

Departamento de Comunicação Social

previstas no seu planejamento, bem como impor obstáculo à efetivação do princípio da publicidade previsto no artigo 37, caput, da Constituição Federal.

3.8. Os serviços objeto da presente concorrência serão contratados com agência de propaganda, cujas atividades sejam disciplinadas pela Lei nº 4.680/65 e que tenham obtido certificado de qualificação técnica e funcionamento, nos termos da Lei nº 12.232/2010.

3.9. A agência será responsável pela criação de conteúdo, incluindo textos, imagens e vídeo, alinhados com as diretrizes da Prefeitura. Essa criação englobará a concepção das peças publicitárias e a realização de todas as etapas para o desenvolvimento das campanhas, supervisionando atividades internas e intermediando com fornecedores externos, tais como produtoras de vídeo, som, gráficas, digitais e outras, para garantir qualidade e conformidade das entregas com as especificações exigidas.

3.10. Na execução das campanhas, a agência atuará na intermediação com veículos de mídia, como televisão, rádio, jornais, redes sociais e mídias alternativas, selecionando os mais adequados para cada campanha e monitorando a veiculação para assegurar o alcance do público-alvo. Esse acompanhamento permitirá ajustes em tempo real, garantindo a eficácia na transmissão das mensagens.

3.11. O contrato inicial terá duração de 12 (doze) meses, com possibilidade de ser prorrogado, nos termos do art. 107 da Lei nº 14.133/21, atendidas as mesmas condições e os preços permanecerem vantajosos para a Administração, permitida a negociação com a contratada ou a extinção contratual sem ônus para qualquer das partes.

3.11.1. Em caso de encerramento, a agência contratada realizará a transição, durante o período remanescente do contrato, concluindo as campanhas em andamento e entregando materiais e relatórios à Prefeitura dentro do prazo estabelecido inicialmente na solicitação dos serviços.

3.12. Essa solução visa atender as necessidades da Prefeitura de São João da Boa Vista de forma eficaz e em conformidade com a legislação, promovendo o engajamento e a informação da comunidade.

4. DOS REQUISITOS PARA CONTRATAÇÃO

4.1. Os serviços, objeto deste Termo, deverão ser prestados exclusivamente por agências de propaganda cujas atividades sejam disciplinadas pela Lei n. 4.680/1965 e que tenham obtido certificado de qualificação técnica de funcionamento e que atendam às demais condições a serem estabelecidas no Edital de Licitação e seus anexos.

4.2. O certificado de qualificação técnica de que trata o artigo 4º, parágrafo 1º, da Lei nº 12.232/2010, deverá ser obtido perante o Conselho Executivo das Normas-padrão (CENP), entidade sem fins lucrativos, integrado e gerido por entidades nacionais que representam veículos, anunciantes e



Município de São João da Boa Vista

Departamento de Comunicação Social

agências, ou por entidade equivalente legalmente reconhecida como fiscalizadora e certificadora das condições técnicas de agência de propaganda.

4.3. Nos termos do art. 15 da Lei nº 14.133/2021, fica vedada a participação de empresas reunidas em consórcio, bem como de cooperativas, nesta licitação. A prestação dos serviços de publicidade exige competências técnico-criativas especializadas, não se justificando a conjugação de esforços nem a atuação cooperada, dada a especificidade e a responsabilidade técnica exigida para o cumprimento integral do objeto.

4.4. A restrição à participação de consórcios e cooperativas não compromete a competitividade do certame, considerando a existência de diversas agências devidamente registradas e qualificadas, conforme relação de filiados do SINAPRO. A medida preserva os princípios da economicidade, moralidade e eficiência, atendendo plenamente ao interesse público.

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

- a) Que estiver cumprindo suspensão temporária do direito de participar de licitação ou estiver impedida de contratar com a Prefeitura de São João da Boa Vista;
- b) Cuja falência tenha sido decretada ou que estiverem concurso de credores, em processo de recuperação extrajudicial ou judicial ou em processo de liquidação, dissolução, cisão, fusão ou incorporação;
- c) Que tenha sido considerada inidônea pela Administração Pública Federal, estadual ou municipal;
- d) Estrangeira que não funcione no País;
- e) Cujos sócios, controladores, dirigentes, administradores, gerentes ou empregados integrem a Subcomissão Técnica ou tenham qualquer vínculo profissional com a Prefeitura de São João da Boa Vista.
- f) Que atuem sem fins lucrativos.

4.6. Para se habilitar a participar desta Concorrência a licitante deverá apresentar a seguinte documentação:

4.6.1. Habilitação Jurídica

- a) Ato constitutivo, estatuto ou contrato social em vigor, em se tratando de sociedades comerciais, devidamente registrado e acompanhado de documentos de eleição de seus administradores, quando se tratar de sociedades por ações. Os referidos documentos deverão estar acompanhados de suas alterações ou da respectiva consolidação e deles



Município de São João da Boa Vista

Departamento de Comunicação Social

deverá constar, entre os objetivos sociais, a execução, a execução de atividades da mesma natureza ou compatível com o objeto desta concorrência;

- b) Inscrição do ato constitutivo em cartório de Registros de Pessoas Jurídicas, no caso de sociedades civis, acompanhada de prova da diretoria em exercício;
- c) Cédula de identidade dos responsáveis legais da licitante;
- d) Registro comercial, em caso de empresas individual.

4.6.2. Regularidade Fiscal e Trabalhista

- a) Inscrição no Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica (CNPJ);
- b) Inscrição no cadastro de contribuintes estadual e ou municipal, se houver, relativo a domicílio ou sede do licitante, pertinente ao seu ramo de atividade e compatível com o objeto contratual;
- c) Certidões de regularidade perante a Fazenda Federal, Estadual e/ou Municipal do domicílio ou sede do licitante, ou outra equivalente, na forma da lei;
- d) Certidão de regularidade relativa à Seguridade Social e ao FGTS, que demonstre cumprimento dos encargos sociais instituídos por lei;
- e) Certidão de regularidade perante a Justiça do Trabalho;
- f) Declaração do cumprimento do disposto no inciso XXXIII do art. 7º. da Constituição Federal.

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

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

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



Município de São João da Boa Vista

Departamento de Comunicação Social

4.6.3. Qualificação Técnica

- a) Declaração(ões), atestado(os) ou certidão(ões) expedida(s) por pessoa jurídica, de direito público ou privado, que ateste que a licitante prestou à declarante serviços compatíveis com o objeto desta concorrência e regidos pela Lei nº 12.232/2010, que deverão ser apresentados em papel timbrado assinado, com cargo e identificação dos representantes dos respectivos declarantes. É exigido ao menos 1 (um) documento comprobatório.
- b) Certificado de qualificação técnica de funcionamento emitido pelo Fórum da Autorregulação do Mercado Publicitário (CENP) ou por entidade equivalente legalmente reconhecida como fiscalizadora e certificadora das condições técnicas de agências de propaganda, conforme disposto no artigo 4º, parágrafo 1º, da Lei nº 12.232/2010.

4.6.4. Qualificação Econômico-Financeira

- a) Certidão negativa de falência, dentro do prazo de validade;
- b) Balanço patrimonial dos dois últimos exercícios sociais, observada a exceção disposto no artigo 69, parágrafo 6º, da Lei nº 14.133/21, já exigíveis e apresentados na forma da lei, que comprove a boa situação financeira da licitante;
 - i. O balanço patrimonial deverá estar assinado pelo responsável legal da licitante e pelo responsável por sua elaboração, contador ou profissional equivalente, devidamente registrado no respectivo conselho de classe profissional;

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

- a) Do balanço referido na alínea “b” do subitem 4.6.4, cujos índices de Liquidez Geral (LG), de Solvência Geral (SG) e de Liquidez corrente (LC), resultantes da aplicação das fórmulas a seguir, terão de ser maiores que um (>01):



Município de São João da Boa Vista

Departamento de Comunicação Social

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

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

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

$$LC = \frac{\text{Ativo Total}}{\text{Passivo Exigível Total}}$$

- b) O índice de Solvência, obtido conforme fórmula a seguir, terá de ser maior ou igual a um ($>$ ou $=$ a 1):

4.6.4.2. Os índices de que tratam as alíneas “a” e “b” do item 4.6.4.1. serão calculados pela licitante e confirmados pelo responsável por sua contabilidade, contador ou profissional equivalente, mediante sua assinatura e indicação de seu nome e registro no respectivo conselho de classe profissional.

4.6.4.3. A licitante que apresentar resultado igual ou menor que 1 (um) no cálculo de quaisquer dos índices referidos na alínea “a” do item 4.6.4.1. deverá comprovar que possui capital mínimo ou patrimônio líquido mínimo de 10% (dez por cento) do valor da verba estimada para a licitação.

4.7. O contrato será gerido e fiscalizado por membros indicados pelo Departamento de Comunicação Social, que avaliará o desempenho da agência contratada mediante reuniões periódicas, análise de relatórios mensais de atividades e controle de entregas conforme cronograma de trabalho definido. Quaisquer desvios ou problemas na execução do objeto contratual serão registrados e reportados para correção imediata.

5. DAS OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA



Município de São João da Boa Vista

Departamento de Comunicação Social

- 5.1. A Contratada deverá respeitar as normas e princípios ambientais, minimizando os efeitos dos danos ao meio ambiente, utilizando tecnologias e materiais ecologicamente corretos, adotando na execução dos serviços boas práticas de sustentabilidade ambiental, de otimização de recursos, de redução de desperdícios e de redução da poluição, na forma do disposto no artigo 144 da Lei nº 14.133/21.
- 5.2. Manter, durante toda a prestação dos serviços, compatibilidade com as obrigações assumidas e todas as condições de habilitação e qualificação exigidas.
- 5.3. A contratada deverá apresentar, a qualquer momento, todos os documentos de regularidade fiscal quanto aos débitos trabalhistas, tributários, FGTS, INSS e Receita Federal.
- 5.4. Designar um profissional que seja responsável pelo relacionamento estratégico com a Contratante, com autonomia para tomar decisões que impactem no bom andamento dos serviços.
- 5.5. A Contrata realizará com seus próprios recursos ou, quando necessário, mediante contratação de terceiros na forma estabelecida pela Lei nº 12.232/2010, de acordo com as especificações estipuladas pela Contratante.
- 5.6. Informar à Contratante sobre todos os acontecimentos inerentes às atividades do objeto deste instrumento.
- 5.7. A Contratada só divulgará informações acerca da prestação dos serviços objeto do contrato, mediante prévia e expressa autorização da contratante.
- 5.8. A Contratada prestará esclarecimentos ao Município de São João da Boa Vista sobre eventuais atos ou fatos desabonadores noticiados que envolvam a Contratada, independentemente de solicitação.
- 5.9. A Contratada não utilizará o presente contrato como caução ou garantia de qualquer operação financeira.
- 5.10. A contratada cumprirá toda a legislação federal, estadual e municipal pertinente e responsabilizar-se-á por todos os prejuízos decorrentes de infrações a que houver dado causa.
- 5.11. A contratada cumprirá a legislação trabalhista e securitária com relação a seus empregados, sendo que a assinatura do contrato não implicará a Contratante, vínculo ou obrigação trabalhista, direta ou indireta, de qualquer natureza.
- 5.12. A contratada assumirá, com exclusividade, todos os tributos e taxas que forem devidos em decorrência do objeto do Contrato, bem como as contribuições devidas à Previdência Social, os encargos trabalhistas, prêmios de seguro e de acidentes de trabalho.
- 5.13. A contratada responsabilizar-se-á pelo ônus resultantes de quaisquer ações, demandas, custos e despesas decorrentes de danos causados por culpa ou dolo de seus empregados e prepostos, bem como



Município de São João da Boa Vista

Departamento de Comunicação Social

obrigar-se-á por quaisquer responsabilidades decorrentes de ações judiciais que lhe venham a ser atribuídas por força de lei, relacionadas com o cumprimento do contrato.

5.14. A contratada, em caso de ação trabalhista envolvendo os serviços prestados, adotará as providências necessárias no sentido de preservar a contratante e de mantê-la a salvo de reivindicações, demandas, queixas ou representações de qualquer natureza e, não o conseguindo, se houver condenação, reembolsará a contratante das importâncias que esta tenha sido obrigada a pagar, dentro do prazo improrrogável de 10 (dez) dias úteis a contar da data do efetivo pagamento.

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

5.16. Responder civil e/ou criminalmente, por eventuais danos ou delitos causados por seus empregados, prepostos e/ou contratados a Contratante ou a terceiros, devendo indenizar todos os prejuízos ocasionados.

5.17. Responsabilizar-se pelos danos causados à Contratante ou a terceiros, decorrentes de sua culpa ou dolo na execução dos serviços.

5.18. Responsabilizar-se por todas as despesas com materiais, mão de obra, transportes, hospedagem, equipamentos, máquinas, impostos, seguros, taxas, tributos, incidências fiscais, trabalhistas, previdenciárias, salários, custos diretos e indiretos, encargos sociais e contribuições de qualquer natureza ou espécie, necessários à perfeita execução do objeto deste instrumento.

5.19. Manter frequência na comunicação com a Contratante, oferecendo-lhe informações acerca do andamento dos serviços e da evolução dos processos permitindo, assim, eventuais adequações e ajustes que se façam necessários.

5.20. Utilizar os profissionais indicados para fins de comprovação da capacidade de atendimento (Proposta Técnica, Capacidade de atendimento) na elaboração dos serviços objeto deste, admitida sua substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior, desde que previamente aprovada pela Contratante.

5.21. A Contratada compromete-se a repassar integralmente à Contratante todos os benefícios obtidos junto a terceiros, como descontos, bonificações, reaplicações, prazos especiais e vantagens comerciais, incluindo aqueles decorrentes de antecipação de pagamentos.

5.22. Somente assumirá despesas relacionadas aos seus custos internos, serviços complementares e à veiculação ou outra qualquer relacionada com este instrumento, após aprovação prévia da Contratante através da emissão da Ordem de Serviço.

5.23. Orientar e supervisionar a produção e a impressão das peças gráficas aprovadas pela Contratante.



Município de São João da Boa Vista

Departamento de Comunicação Social

5.24. Os pagamentos a terceiros por serviços prestados, incluídos os de veiculação, serão efetuados, pela Contratada, nos prazos e condições previamente aprovados pela Contratante e expressos pelos fornecedores em seus documentos fiscais.

5.25. A empresa CONTRATADA deverá, durante o período de, no mínimo, 5 (cinco) anos após a extinção do contrato, manter acervo comprobatório da totalidade dos serviços prestados e das peças publicitárias produzidas, em atendimento ao art. 17 da Lei 12.232/2010.

5.26. A empresa CONTRATADA deverá substituir imediatamente qualquer empregado e/ou preposto, notadamente quando verificada a falta de qualificação, zelo e/ou dedicação na execução das tarefas, ou outros comportamentos que prejudiquem as atividades e resultados, objeto deste instrumento.

5.27. Obedecer ao que determina o art. 37, parágrafo 1º, da Constituição Federal que determina que a publicidade dos atos, programas, obras, serviços e campanhas dos órgãos públicos deverá ter caráter educativo, informativo ou de orientação social, dela não podendo constar nomes, símbolos ou imagens que caracterizem promoção pessoal de autoridades ou servidores públicos.

5.28. Dos Direitos Autorais

5.28.1. Constituem-se responsabilidade da Contratada quanto aos direitos autorais:

- a) Ceder à Contratante, total e definitivamente, os direitos patrimoniais do uso das ideias, peças, campanhas e demais materiais de publicidade, de sua propriedade, concebidos, criados e produzidos em decorrência do contrato que vier a ser firmado, sem qualquer remuneração adicional ou especial, mesmo após o término da vigência do contrato.
- b) Condicionar, nos casos de cessão de direitos por tempo limitado, a contratação de serviços com terceiros, pelo período indicado pela Contratante e utilizar os trabalhos protegidos pelos direitos autorais ou conexos, dentro dos limites estipulados no respectivo ato de cessão.
- c) Quando exigido pela Contratada, obter dois orçamentos para execução dos serviços pelos fornecedores externos, um de cessão de direitos por tempo limitado e outro de cessão definitiva desses direitos, quando possível, para que a Contratante escolha uma das opções.
- d) Fazer constar, em destaque, em todos os orçamentos de produção de peças, os custos dos cachês, os de cessão de direito de uso de obras consagradas incorporadas à peça e os de cessão dos demais direitos.
- e) Reconhecer que qualquer remuneração devida em decorrência da cessão de direitos patrimoniais por ela realizados à Contratante, será sempre considerada como já incluída no custo da criação.



Município de São João da Boa Vista

Departamento de Comunicação Social

5.28.2. A cessão total ou parcial dos direitos de autor que presume-se onerosa, se fará sempre por escrito, devendo constar no instrumento de cessão como elementos essenciais seus objeto e as condições de exercício de direito quanto a tempo, lugar e preço, em atendimento ao parágrafo 2º do art. 50 da Lei nº 9.610/1998.

5.28.3. A Contratada utilizará os trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos de autor e conexos dentro dos limites estipulados no respectivo ato de cessão de direitos patrimoniais do autor e condicionará a contratação ao estabelecimento, no ato de cessão/orçamento/contrato, de cláusulas contratuais específicas em que o fornecedor garanta a cessão pelo prazo definido pela Contratante em cada caso, e se declare ciente e de acordo com as condições estabelecidas nos subitens 5.29.4 e 5.29.5.

5.28.4. Na reutilização de peças por período igual ao inicialmente pactuado, o percentual a ser pago pela Contratante em relação ao valor original dos direitos patrimoniais de autor e conexos ou da cessão de uso de obras consagradas incorporadas a essas peças, a ser pago pela Contratante, será de no máximo 50% (cinquenta por cento). Para a reutilização por períodos inferiores, o percentual máximo será obtido pela regra de três simples.

5.28.5. 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, na hipótese de prorrogação contratual.

5.28.6. Quando da reutilização de quaisquer peças publicitárias, conforme previsto nos subitens 5.28.3 e 5.28.4, o valor a ser pago pela Contratante será negociado caso a caso, tendo como parâmetros básicos a qualidade e os preços praticados no mercado, obedecidos os percentuais máximos definidos neste instrumento. Qualquer remuneração devida em decorrência da cessão dos direitos patrimoniais de autor e conexos será sempre considerada como já incluída no custo de produção.

5.28.7. A Contratada se obriga a fazer constar, em destaque, em todos os orçamentos de produção, os custos dos cachês, os de cessão de direito de uso de obra(s) consagrada(s), incorporada(s) à peça e os de cessão dos demais direitos patrimoniais de autor e conexos.

5.28.8. A Contratada se obriga a fazer constar dos respectivos ajustes que vier a celebrar com fornecedores, nos casos de tomadas de imagens sob a forma de reportagens, documentários e similares, que não impliquem direitos de imagem e som de voz, cláusulas escritas estabelecendo:

5.28.8.1. Que a Contratante poderá solicitar, a qualquer tempo, pelo prazo de 5 (cinco) anos, contados da data do pagamento do serviço, cópias das imagens contidas no material bruto produzido, as quais deverão ser entregues em mídia digital compatível com seu uso e



Município de São João da Boa Vista

Departamento de Comunicação Social

destinação, conforme solicitação da Contratante, sem que caiba qualquer ônus adicional perante os cedentes dos citados direitos.

5.28.8.2. A cessão dos direitos patrimoniais do autor desse material a Contratante, que poderá, a seu juízo, utilizar referidos direitos, diretamente ou por intermédio de fornecedores, com quem mantenha contrato para prestação de serviços, durante a vigência do Contrato, sem que lhe incorra qualquer ônus perante os cedentes desses direitos.

5.28.8.3. Que qualquer remuneração devida em decorrência dessa cessão será sempre considerada como já incluída no custo de produção.

6. DAS OBRIGAÇÕES DA CONTRATANTE

6.1. A Contratante designará e definirá as atribuições de Fiscal e/ou Gestor responsáveis pela coordenação e a fiscalização dos serviços, nos aspectos técnicos, de segurança, de confiabilidade e quaisquer outros de seu interesse, ou de terceiros designados para este fim.

6.2. A Contratante, por meio do Departamento de Comunicação Social, avaliará os preços praticados pela agência, ou por intermédio dela, e sua compatibilidade com o mercado, bem como a qualidade dos serviços executados, podendo rejeitá-los no todo ou em parte caso estejam em desacordo com o constante neste instrumento.

6.3. A Contratante comunicará por escrito à agência contratada, toda e qualquer orientação acerca dos serviços excetuados os entendimentos orais determinados pela urgência, que deverão ser confirmados, por escrito, no prazo de 24 (vinte e quatro) horas úteis.

6.4. A Contratante fornecerá e colocará à disposição da agência contratada todos os elementos e informações que se fizerem necessários à execução dos serviços.

6.5. A contratante proporcionará condições para a boa execução dos serviços.

6.6. A contratante notificará, formal e tempestivamente, a Contratada sobre as irregularidades observadas no cumprimento do contrato.

6.7. A contratante notificará a Contratada, por escrito e com antecedência, sobre multas, penalidades e quaisquer débitos de sua responsabilidade, abrindo prazo para defesa prévia.

6.8. A contratante cumprirá todos os compromissos financeiros assumidos com a contratada.

6.9. Obedecer ao que determina o art. 37, parágrafo 1º, da Constituição Federal que determina que a publicidade dos atos, programas, obras, serviços e campanhas dos órgãos públicos deverá ter caráter educativo, informativo ou de orientação social, dela não podendo constar nomes, símbolos ou imagens que caracterizem promoção pessoal de autoridades ou servidores públicos.



Município de São João da Boa Vista

Departamento de Comunicação Social

6.10. Providenciar o cadastro prévio, junto a Contratante, das empresas que eventualmente vierem a fornecer bens ou serviços especializados, relacionados com as atividades complementares da execução do objeto deste instrumento, nos termos preceituados pelo art. 2º, § 1º e art.14, da Lei nº 12.232/2010.

7. DA EXECUÇÃO DO OBJETO

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

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

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

- a) Planejamento estratégico pela agência, que realizará levantamento das necessidades da contratante, analisará o público-alvo e definirá as estratégias de comunicação. Apresentará relatório contendo as diretrizes para as ações publicitárias;
- b) Criação das peças publicitárias;
- c) Apresentadas as peças pela contratada, a contratante deverá aprová-la ou solicitar ajustes em prazo médio de 5 (cinco) dias úteis, sempre por escrito;
- d) Execução das campanhas publicitárias através dos meios definidos, conforme planejamento de mídia aprovado pela contratante;
- e) Acompanhamento da campanha pela contratada, que apresentará relatórios à contratante sobre a divulgação da campanha;
- f) Encerramento da campanha, com relatório final contendo a análise dos resultados alcançados e o desempenho das ações publicitárias. Poderá a contratada recomendar a realização de pesquisas sobre o resultado da campanha.

7.4. A partir do briefing e/ou de uma Requisição de Orçamento emitida pela Contratante, a Contratada emitirá orçamento demonstrando claramente a composição dos preços ofertados acompanhada dos documentos abaixo, dependendo do caso:

- a) serviços internos da agência: demonstrativo do valor a ser cobrado constante na Tabela Referencial de Custos Internos do SINAPRO-SP vigente, com a indicação do desconto praticado;
- b) serviços de veiculação: da tabela vigente do veículo;



Município de São João da Boa Vista

Departamento de Comunicação Social

- c) serviços especializados nos termos do parágrafo 1º, art. 2º da Lei nº 12.232/2010: no mínimo 3 (três) orçamentos obtidos entre pessoas que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido. Neste caso, a Contratada deverá exigir dos fornecedores que constem nos orçamentos a razão social da empresa, o CNPJ, os produtos e/ou serviços que o compõem, seu preço total e o detalhamento de suas especificações e preços unitários.
- i) os serviços especializados estão descritos no item 1.2 deste Termo de Referência;
 - ii) os orçamentos deverão ser apresentados com a identificação completa do fornecedor (nome, CNPJ ou CPF, endereço, telefone, entre outros) e assinatura do responsável, podendo ser enviados por e-mail ou outro meio eletrônico para aprovação. Os orçamentos originais deverão ser enviados pela Contratada para que estes sejam anexados ao processo;

7.5. Os prazos para a execução dos serviços serão combinados previamente entre a Contratante e a Contratada, de acordo com a necessidade de cada campanha, e serão formalizados através da Ordem de Serviço.

7.5.1. O não atendimento dos prazos, injustificado ou não acatado pela Contratante, caracterizará descumprimento contratual, podendo ensejar sanções administrativas e/ou jurídicas.

7.6. Os orçamentos apresentados para a execução de qualquer serviço deverão ser elaborados e apresentados em atendimento às exigências constantes neste instrumento, contemplando a efetiva incidência dos descontos negociados em favor da Contratante, dentro do critério de menor preço.

7.6.1. Pertencem à Contratante as vantagens obtidas na negociação de compra de mídia, incluídos os eventuais descontos e as bonificações na forma de tempo, espaço ou reaplicações que tenham sido concedidos pelo veículo de comunicação.

7.7. Os valores orçados pela Contratada deverão obedecer rigorosamente, sob risco de penalidades, sua compatibilidade com os preços de mercado, devendo ser incluídas todas as despesas com materiais, ferramentas, mão de obra, embalagens, equipamentos auxiliares, além dos impostos, seguros, taxas, tributos, incidências fiscais e contribuições de qualquer natureza ou espécie, encargos sociais, trabalhistas, previdenciários, salários e quaisquer outros encargos e despesas necessárias à plena execução do objeto.

7.8. Todos os layouts e orçamentos deverão ser submetidos à apreciação da Contratante, que decidirá quanto às suas aprovações em até 5 (cinco) dias úteis. Em caso de aceite, emitirá a Ordem de Serviço



Município de São João da Boa Vista

Departamento de Comunicação Social

de forma clara e objetiva o(s) serviço(s) requerido(s), valores, prazos de execução e outras informações pertinentes.

7.9. A Contratante e a Contratada procurarão realizar reuniões periódicas para acompanhar a execução dos trabalhos e alinhamento de estratégias. Essas reuniões poderão ser presenciais no município de São João da Boa Vista ou de forma digital, sem qualquer ônus adicional para a Contratante.

7.10. Dos Serviços Subcontratados

7.10.1. A agência não poderá subcontratar outra agência de propaganda para execução do objeto. Ou seja, os serviços internos a serem realizados pela Contratada não poderão ser objetos de subcontratação.

7.10.2. Não se confunde a subcontratação com a intermediação visando a contratação dos serviços complementares necessários ao cumprimento do objeto, mencionados no item 1.2, bem como os serviços de veiculação, desde que previamente submetida à anuência do Departamento de Comunicação Social.

7.10.3. A Contratada negociará sempre as melhores condições de preço no tocante aos direitos patrimoniais de uso sobre trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos autorais e conexos e aos direitos patrimoniais de uso sobre obras consagradas, nos casos de reutilização de peças publicitárias pela Contratante, descrito no item 5.29.

7.10.4. A Contratada fará cotação prévia de preços para todos os serviços realizados por fornecedores, nos termos do art. 14 da Lei nº 12.232/2010, observadas as disposições:

- a) Devem ser apresentadas, no mínimo, 3 (três) propostas, das quais constarão todos os produtos ou serviços que a compõem, com o detalhamento de suas especificações e custos unitários.
- b) As propostas devem ser apresentadas no original, em papel timbrado, com a identificação completa do fornecedor.
- c) Os fornecedores externos deverão estar credenciados junto à Contratante.
- d) Se não houver possibilidade de obter três propostas, a agência deverá apresentar as justificativas pertinentes, por escrito.
- e) A Prefeitura, como contratante, poderá proceder à verificação da adequação dos preços dos serviços de terceiros em relação aos do mercado.
- f) Obter aprovação prévia da Contratante, por escrito, para assumir despesas de produção, veiculação e qualquer outra relacionada com o contrato.

7.10.5. A contratada providenciará, imediatamente, em casos de alterações, rejeições, cancelamentos ou interrupções de um ou mais serviços, mediante comunicação da Contratante, de um ou mais serviços, respeitadas as obrigações contratuais já assumidas com terceiros e os honorários da agência



Município de São João da Boa Vista

Departamento de Comunicação Social

contratada pelos serviços realizados até a data dessa ocorrência, desde que não tenham sido causadas pela própria contratada ou por terceiros contratados.

7.10.6. A Contratante somente emitirá a Ordem de Serviço após cadastro do fornecedor junto à Contratante, conforme disposto na alínea “c”. É exigido que os fornecedores, na data de emissão da Ordem de Serviço, estejam regulares perante a legislação nas esferas federal, estadual e de seu município, fazendo jus a emissão de certidões negativas que demonstrem sua situação.

7.10.7. Em relação à seleção de fornecedores externos de serviços especiais, deverão ser aplicadas as mesmas disposições do item 7.11.4, condicionado a realização da cotação entre fornecedores de igual nível técnico, prevista na alínea “a”, cabendo à Contratante a escolha do fornecedor a ser contratado.

7.11. Da Utilização de Recursos Tecnológicos e Inteligência Artificial (IA)

7.11.1. A utilização de recursos tecnológicos, incluindo ferramentas baseadas em Inteligência Artificial (IA), algoritmos generativos, assistentes virtuais, automação de processos e quaisquer outras tecnologias emergentes, deverá ser realizada com total transparência e prévia anuência da Contratante.

7.11.2. Compete à Contratada informar, de forma clara e antecipada, a aplicação de tais ferramentas nos processos de criação, desenvolvimento, produção e execução de campanhas publicitárias, apresentando os critérios adotados, as limitações e os impactos no produto final, de modo que a Contratante possa avaliar, aprovar e exercer o devido controle sobre a utilização desses recursos.

7.11.3. A decisão sobre a adoção ou não de soluções tecnológicas, em substituição parcial ou total às atividades desenvolvidas por profissionais humanos, será sempre submetida ao crivo da Contratante, que avaliará a compatibilidade com os objetivos institucionais, com os padrões de qualidade e com as diretrizes éticas e legais vigentes, especialmente no que se refere à originalidade, aos direitos autorais, à privacidade e à integridade das informações.

8. DA GESTÃO E FISCALIZAÇÃO DO CONTRATO

8.1. A gestão do contrato será realizada através do(s) fiscal(is) e gestor(es) do contrato, designado pela Contratante, garantindo o acompanhamento e fiscalização da execução do objeto contratual, abrangendo todas as etapas da execução, inclusive o de verificar o cumprimento das metas e cronogramas acordados.

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



Município de São João da Boa Vista

Departamento de Comunicação Social

8.2.1. O não atendimento das exigências contratuais pela contratada, implicará na possibilidade do gestor adotar medidas cabíveis, inclusive aplicação de penalidades, na forma previsto no contrato e na Lei nº 14.133/21.

8.3. Caberá ao Fiscal verificar o cumprimento das cláusulas contratuais relativas aos honorários devidos à Contratada e às condições de contratação de fornecedores de serviços especializados com a intermediação da Contratada.

8.4. A comunicação entre a Contratante e a Contratada se dará por meio de correio eletrônico, preferencialmente, sem prejuízo de outros meios disponíveis.

8.5. A Contratante realizará a fiscalização do contrato, registrando em documento próprio todas as ocorrências, deficiências, irregularidades ou falhas porventura observadas na execução dos serviços e notificando a Contratada para imediata correção.

8.6. A Contratada deverá viabilizar a fiscalização contratual, fornecendo informações, acesso à documentação e aos serviços em execução, bem como atender às exigências formuladas pela fiscalização.

8.7. A gestão e/ou fiscalização pela Contratante em nada restringe a responsabilidade, única, integral e exclusiva, da Contratada pela perfeita execução dos serviços.

8.8. A Contratada adotará as providências necessárias para que qualquer execução considerada não aceitável, no todo ou em parte, seja refeita ou reparada, nos prazos estipulados pela fiscalização, sem ônus para a Contratante.

8.9. A aprovação dos serviços executados pela Contratada ou por seus contratados não a desobriga de sua responsabilidade quanto a perfeita execução dos mesmos.

9. CRITÉRIOS DE MEDIÇÃO E PAGAMENTO

9.1. A medição e condições de pagamentos das execuções dos serviços serão realizados com base nas entregas de campanhas publicitárias, sejam elas de mídia eletrônica, digital, impressas ou outros formatos acordados.

9.2. Pela perfeita execução do objeto e obedecidas todas as demais condições estabelecidas, a Contratada será remunerada da seguinte forma:

- a) pelos custos internos calculados a partir do desconto em percentual a ser oferecido à Contratante, sobre os preços previstos na tabela do Sindicato das Agências de Propaganda de São Paulo (SINAPRO-SP);



Município de São João da Boa Vista

Departamento de Comunicação Social

- b) pelo percentual de honorários incidentes sobre a produção e à execução técnica de peça e ou material;
- c) pelo percentual de honorários incidentes sobre o planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas ou a serem realizadas;
- d) pelo percentual de honorários incidentes sobre a criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias; e
- e) pelo percentual de honorários incidentes sobre a intermediação na contratação de mídia digital, no caso em que os veículos não remunerem a agência pelo desconto de agência, na forma do disposto no artigo 11 da Lei Federal no 4.682/65.

9.3. Os valores contratados compreendem todas as despesas incidentes sobre a prestação dos serviços, incluindo custos diretos e indiretos, tributos, seguros, encargos trabalhistas, previdenciários e quaisquer outros ônus que possam impactar a sua execução.

9.4. A Contratada não poderá cobrar sobre os serviços reprovados pela Contratante.

9.5. O cumprimento dos prazos será monitorado de acordo com o item 7.5 com adoção de medidas corretivas e, se for o caso, aplicação de sanções previstas em Lei.

9.6. Da Medição

9.6.1. A Contratada deverá entregar à Contratante, por meio eletrônico, até o 10º (décimo) dia subsequente à finalização de cada campanha, relatório detalhado de todos os serviços executados contendo, no mínimo, as datas das solicitações dos serviços, descrição detalhada, números das Ordens de Serviços, valores e identificação dos fornecedores subcontratados.

9.6.2. A Contratada deverá encaminhar à Contratante Após a execução dos serviços, no prazo máximo de 5 (cinco) dias úteis, comprovantes/demonstrativos legíveis dos serviços prestados, físicos e/ou digitalizados.

9.6.3. A Contratante terá o prazo de até 5 (cinco) dias úteis para aceitar ou rejeitar os serviços prestados.

9.6.3.1. Os serviços rejeitados serão justificados pela Contratante e a Contratada terá o prazo de até 5 (cinco) dias úteis para correção.



Município de São João da Boa Vista

Departamento de Comunicação Social

9.6.3.2. Comprovada a devida realização dos serviços, para emissão da nota fiscal, a Contratante emitirá o Termo de Recebimento dos Serviços e encaminhará à Contratada.

9.7. Do Faturamento

9.7.1. No prazo de 10 (dez) dias úteis do recebimento do Termo de Recebimento dos Serviços, a Contratada deverá encaminhar os seguintes documentos:

9.7.1.1. No caso de serviços internos da Contratada:

a) nota fiscal emitida pela Contratada em nome da Contratante.

9.7.1.2. No caso de serviços especializados, nos termos do inc. I, parágrafo 1º, art. 2º da Lei 12.232/2010:

a) nota fiscal emitida pelo fornecedor terceirizado aprovado, contra a Contratante;

b) nota fiscal emitida pela Contratada em nome da Contratante, referente a seus honorários.

9.7.1.3. No caso de serviços pertinentes à veiculação:

a) fatura, recibo ou nota fiscal em nome da Contratante, conforme o caso, emitida pelo veículo de comunicação em atendimento às legislações vigentes, demonstrando o valor devido ao veículo contendo a eventual descrição dos descontos negociados;

b) nota fiscal emitida pela Contratada em nome da Contratante, referente a seus honorários.

9.7.2. Os tributos incidentes sobre o objeto deste instrumento serão devidos conforme as legislações federal, estadual e municipal aplicáveis, observando-se as normas vigentes.

9.7.3. As notas fiscais e/ou faturas devem conter os valores devidos, o número da Ordem de Serviço a que se referem e descrição completa dos serviços prestados.

9.8. Do Pagamento

9.8.1. Após o recebimento dos documentos fiscais, a Contratante terá o prazo de até 5 (cinco) dias úteis para aprová-la ou rejeitá-la.

9.8.2. A falta da apresentação de qualquer documento obrigatório pelas leis em vigor e exigidas neste Termo de Referência acarretará o não pagamento do atual e dos demais serviços de referência, até que a pendência seja sanada.

9.8.3 A nota fiscal não aprovada pela Contratante será devolvida à Contratada com as informações que motivaram sua rejeição para as necessárias correções, contando o prazo de até 02 (dois) dias úteis a partir da data de devolução.



Município de São João da Boa Vista

Departamento de Comunicação Social

9.8.4. A devolução da nota fiscal em hipótese alguma servirá de pretexto para que a Contratada suspenda a execução dos serviços.

9.8.5. Após a reapresentação da nota fiscal devolvida, será contado o mesmo prazo estabelecido no subitem 9.9.1.

9.8.6. A Contratante efetuará o pagamento das notas fiscais à Contratada no prazo de até 20 (vinte) dias corridos, a contar da data de suas aprovações.

9.8.7. Os pagamentos devidos à Contratada não estão condicionados aos resultados obtidos com as campanhas, pois dependem de outros fatores, tais como contexto fático nacional, regional e local, convicções ideológicas do público de interesse, postura de servidores públicos no atendimento ao público, condições econômicas, entre outros, os quais podem interferir no grau de atingimento dos objetivos de uma campanha, independentemente da qualidade técnica da ação de publicidade e dos serviços prestados.

9.8.8. Após o recebimento da(s) fatura(s) paga(s) pela Contratante, a Contratada terá o prazo de 10 (dez) dias úteis para realizar o repasse integral dos valores devidos aos fornecedores e veículos de divulgação, retendo exclusivamente os honorários e comissões a que fizer jus.

9.8.8.1. A Contratada deverá comprovar a liquidação de todos os pagamentos aos terceiros mediante a apresentação de comprovantes de transferência bancária (TED, DOC ou PIX) e, quando couber, declarações de quitação emitidas pelos fornecedores.

9.8.8.2. Os comprovantes mencionados no item anterior deverão ser encaminhados para o Departamento de Comunicação Social até o 10º (décimo) dia do mês subsequente ao do repasse dos valores.

9.8.8.3. O descumprimento injustificado dos prazos de repasse ou de comprovação sujeitará a Contratada às sanções administrativas previstas em lei.

9.8.8.4. Em caso de reincidência, a Contratante poderá realizar o pagamento direto aos fornecedores e veículos para evitar prejuízos à execução do contrato, descontando-se tais valores de eventuais créditos da Contratada, não excluindo a aplicação de sanções.

10. FORMA E CRITÉRIOS DE SELEÇÃO DO FORNECEDOR

10.1. Os serviços de publicidade compreendem ações estratégicas, originais e criativas, exigindo alta qualidade técnica para que as campanhas publicitárias tenham êxito em seus objetivos.



Município de São João da Boa Vista

Departamento de Comunicação Social

10.2. O critério de julgamento será o de técnica e preço na proporção de 70% (setenta por cento) de valoração da proposta técnica e de 30% (trinta por cento) de valoração da proposta de preço, assegurando a economicidade sem prejuízo da melhor capacidade técnica para executar os serviços com qualidade.

10.2.1. Será considerada vencedora do certame licitatório, a proposta que obtiver a maior Nota Geral, resultante da fórmula a seguir:

$$NG = \frac{(NT \times 7) + (NC \times 3)}{10}$$

Onde:

NG - Nota Geral

NT - Nota Técnica

NC - Nota Comercial

7 e 3 - Fatores de ponderação das notas

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

10.4. Subcomissão Técnica

10.4.1. Observando-se o Art. 10º da Lei nº 12.232/2010, as propostas técnicas serão analisadas e julgadas por Subcomissão Técnica, constituída por, pelo menos, 3 (três) membros que sejam formados em comunicação, publicidade ou marketing ou que atuem em uma dessas áreas, sendo que, pelo menos, 1/3 (um terço) deles não poderão manter nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com o órgão ou a entidade responsável pela licitação.

10.4.2. No §2º do mesmo artigo supracitado, são definidos os modos de composição da subcomissão:

“A escolha dos membros da subcomissão técnica dar-se-á por sorteio, em sessão pública, entre os nomes de uma relação que terá, no mínimo, o triplo do número de integrantes da subcomissão, previamente cadastrados, e será composta por, pelo menos, 1/3 (um terço) de profissionais que não mantenham nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com o órgão ou entidade responsável pela licitação.”

10.4.3. A escolha dos membros da Subcomissão Técnica se dará por sorteio, em Sessão Pública entre os nomes de uma relação com, no mínimo, o triplo de integrantes necessários para sua

24 de 45



Município de São João da Boa Vista

Departamento de Comunicação Social

formação e será composta por, pelo menos, 1/3 (um terço) de profissionais que não mantenham nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto com a Contratante.

10.4.4. A Subcomissão Técnica será designada por Portaria a ser publicada no Jornal Oficial do Município de São João da Boa Vista.

10.4.5. Os integrantes da Subcomissão Técnica não poderão participar da Sessão de recebimento e abertura dos invólucros com as propostas Técnicas e Comerciais, conforme parágrafo 1º do artigo 11 da Lei nº 12232/2010.

10.5. Através do briefing constante no Anexo I do presente Termo de Referência, é abordado um problema de comunicação com informações suficientes para que os interessados elaborem suas propostas técnicas de forma precisa, clara e objetiva.

10.5.1. A solução desenvolvida poderá ser utilizada ou não por esta municipalidade, a critério do Departamento de Comunicação Social.

10.6. As Propostas Técnicas e de Preço, abordadas no item 11, serão apresentadas pelas licitantes na primeira sessão. Posteriormente e somente pelas licitantes classificadas nessa primeira fase, as licitantes deverão apresentar os documentos de Habilitação, item 11.9, na forma da Lei nº 12.232/2010.

10.7. A proposta de preços e os documentos de habilitação serão julgados pela Comissão Permanente ou Especial de Contratação, bem como julgará os recursos interpostos na primeira fase.

11. ELABORAÇÃO E APRESENTAÇÃO DAS PROPOSTAS TÉCNICA E DE PREÇO

11.1. As empresas interessadas em participar do certame licitatório deverão apresentar 5 (cinco) invólucros distintos e separados, todos lacrados, na forma discriminada abaixo:

- a) Invólucro nº 1 - Plano de Comunicação Publicitária (Via Não Identificada).
- b) Invólucro nº 2 - Plano de Comunicação Publicitária (Via Identificada).
- c) Invólucro nº 3 - Conjunto de Informações sobre a Proponente.
- d) Invólucro nº 4 - Proposta de Preços Sujeitos a Valoração.
- e) Invólucro nº 5 - Documentos de Habilitação.

11.2. A Proposta Técnica será composta de um Plano de Comunicação Publicitária, pertinente às informações expressas no briefing (Anexo I) e de um Conjunto de Informações sobre a proponente, Invólucros nº 1, 2 e 3. Nela deverá conter os elementos necessários à avaliação da capacitação e qualificação da licitante para a execução do objeto. A não apresentação de qualquer documento exigido ensejará a desclassificação.



Município de São João da Boa Vista

Departamento de Comunicação Social

11.3. Todos os conteúdos das propostas deverão estar em língua portuguesa, salvo quanto a expressões técnicas de uso corrente, com clareza, sem emendas, rasuras, ressalvas ou entrelinhas.

11.10. A simples apresentação das propostas pelas licitantes importa irrestrita e irrevogável aceitação das condições da licitação, dos termos do Edital e demais documentos.

11.5. Do Invólucro nº 1 - Plano de Comunicação Publicitária (VIA NÃO IDENTIFICADA)

11.5.1. Deverá conter a PROPOSTA TÉCNICA – Plano de Comunicação Publicitária (VIA NÃO IDENTIFICADA) que consiste nos quesitos de: Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa, Estratégia de Mídia e Não Mídia.

11.5.2. O Invólucro nº 1 será disponibilizado pela Contratante de acordo com as especificações descritas nos subitens seguintes, sem qualquer tipo de identificação na parte externa, como forma de preservar, até a abertura do Invólucro nº 2, o sigilo quanto à autoria do Plano de Comunicação Publicitária.

11.5.2.1. Envelope tipo saco no tamanho A4 (22,9 cm x 32,4 cm), em papel Kraft com gramatura de 80g/m², fechado por aba superior, na cor pardo.

11.5.2.2. Material opaco para preservar os documentos acondicionados no envelope.

11.5.2.3. A licitante poderá retirar o envelope no Setor de Licitações em até 1 (uma) hora antes do início da sessão.

11.5.3. Em qualquer parte interna ou externa do Invólucro nº 1, assim como nos documentos nele contidos, é proibida a aposição de marca, sinal, etiqueta, palavra, endereçamento, nome da licitante, assinatura, rubrica, grampo, cliques, ganchos, prendedores ou qualquer outro elemento capaz de identificar a empresa proponente, posto que, nesta fase não poderá ser identificada a autoria do Plano de Comunicação Publicitária, sob pena de desclassificação.

11.5.4. A Comissão de Contratação não receberá o Invólucro nº 1 que tenha sido danificado no manuseio/transporte ou deformado pelas peças e demais documentos nele acondicionados.

11.5.5. O Plano de Comunicação Publicitária (VIA NÃO IDENTIFICADA) deverá ser apresentado atendendo aos requisitos constantes neste item e com a seguinte formatação:

- em papel tipo sulfite, tamanho A4, branco, com 75 gr/m² a 90 gr/m²;
- com orientação retrato;
- com espaçamento de 2 cm nas margens direita e esquerda, a partir da borda;
- sem recuos nos parágrafos, títulos, entre títulos e linhas subsequentes;
- alinhamento justificado dos textos;



Município de São João da Boa Vista

Departamento de Comunicação Social

- com espaçamento “simples” entre linhas e, opcionalmente, “duplo” entre parágrafos, títulos e subtítulos;
- em fonte Arial, tamanho 12 pontos, sem condensação, cor preto;
- com numeração em todas as páginas internas, em algarismos arábicos, no canto inferior direito da página;
- em caderno único com espiral preto colocado à esquerda;
- capa e contracapa em papel tipo sulfite, tamanho A4, branco, com 75 gr/m2 a 90 gr/m2, ambas em branco.

11.5.5.1. As especificações do subitem 11.5.5 aplicam-se, no que couber, ao quesito Ideia Criativa.

11.5.6. A Proposta Técnica – Plano de Comunicação Publicitária (VIA NÃO IDENTIFICADA) deverá ser apresentada compreendendo os seguintes quesitos:

11.5.6.1. Raciocínio Básico: sob a forma de texto de até 5 (cinco) páginas, a licitante deverá apresentar um diagnóstico das necessidades de comunicação publicitária do Município de São João da Boa Vista e sua compreensão sobre o objeto da licitação e, principalmente, sobre os problemas, gerais e/ou específicos, de comunicação a serem enfrentados.

11.5.6.2. Estratégia de Comunicação Publicitária: sob a forma de texto de até 5 (cinco) páginas, a licitante apresentará as linhas gerais da proposta para suprir os problemas ou desafios, gerais e/ou específicos, de comunicação e alcançar os resultados e metas de comunicação desejadas pela Contratante, compreendendo:

- a) explicitação e defesa do partido temático e do conceito que, a seu juízo, devem fundamentar a proposta de solução publicitária;
- b) explicitação e defesa dos principais pontos da estratégia de comunicação publicitária sugerida, especialmente o que dizer, a quem dizer, como dizer, quando dizer e que meios de divulgação, instrumentos e/ou ferramentas a serem utilizadas.

11.5.6.3. Ideia Criativa: Apresentação pela licitante de campanha publicitária destinada a corporificar objetivamente sua Estratégia de Comunicação Publicitária através de:

- a) síntese da Estratégia de Comunicação Publicitária expressa sob a forma de texto de até 03 (três) páginas, com sua defesa;



Município de São João da Boa Vista

Departamento de Comunicação Social

- b) exemplos de peças e/ou materiais que julgar necessários a sua execução, com comentários individualizados.

11.5.6.3.1. Os exemplos mencionados na alínea “b”, sem nenhuma identificação de sua autoria, devem ter formatos compatíveis com suas características, adequar-se ao tamanho do Invólucro nº 1 e cumprir com as regras a seguir:

- 1) são limitados a 20 (vinte), no máximo 10 (dez) peças corporificadas, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça;
- 2) podem ser apresentados sob a forma de roteiro, layout e storyboard impressos para qualquer peça, e de “monstro”, para rádio e internet. Estes exemplos de peças devem ter formatos compatíveis com suas características e adequar-se ao tamanho do Invólucro nº 1;
 - a) estas peças não fazem parte do limite estabelecido de páginas descrito na alínea “a” subitem 11.5.6.3;
- 3) só serão aceitos finalizados em caso de não mídia;
- 4) apresentados como parte de um kit, serão computados individualmente, respeitando o limite que trata o subitem 1.

11.5.7.4. Estratégia de Mídia e Não Mídia: constituída de:

- a. apresentação em que a licitante explicitará e justificará a estratégia e as táticas recomendadas, em consonância com a estratégia de comunicação publicitária por ela sugerida e em função da verba referencial indicada no briefing (Anexo I), sob a forma de textos, tabelas e gráficos limitados ao total de 5 (cinco) páginas;
- b. simulação de plano de distribuição de todas as peças e/ou material destinados à veiculação, exibição, exposição ou distribuição, sob a forma de textos de até 3 (três) páginas, além de tabelas, gráficos e planilhas.

11.5.7.4.1. As tabelas, gráficos e planilhas não fazem parte do limite estabelecido de páginas constante na alínea “b” do subitem 12.2.4. e a licitante poderá utilizar cores e fontes tipográficas que julgar mais adequadas para apresentá-los.

11.5.7.4.2. As páginas em que estiverem inseridos os gráficos e ou tabelas poderão ser apresentadas em papel A3 dobrado.

11.5.7.4.3. Da simulação deverá constar um resumo geral com informações sobre pelo menos:

- a. o período de distribuição das peças e ou material;



Município de São João da Boa Vista

Departamento de Comunicação Social

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

11.5.7.4.4. Na simulação de que trata a alínea “b” do item 11.5.7.4.3:

- a) os preços das inserções em veículos e outros meios de comunicação, a serem considerados na simulação do plano de distribuição, devem ser os de tabela cheia dos veículos e/ou de outros meios de divulgação, vigentes na data de publicação do Aviso de Licitação;
- b) deve ser desconsiderado o repasse de parte do desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei 4.680/1965;
- c) devem ser desconsiderados os custos internos e os honorários sobre todos os serviços de fornecedores;
- d) para veículos de comunicação que não atuem com tabelas de preços públicos, mas que possam ser considerados como formas inovadoras de comunicação (tais como mídia programática, trading desks e redes sociais), a licitante deverá informar o montante de investimento proposto a ser utilizado com essas ferramentas no âmbito de sua estratégia, assim como para o alcance dos objetivos previamente estabelecidos, definindo em sua proposta quais métricas serão utilizadas para atingi-los (ex: cpm, true views, taxa de impressão, geração de leads, custo por alcance, cpc, cpe, custo por visualização de vídeo, custo por curtida entre outros);

11.5.7.4.5. Para fins desta Concorrência, consideram-se como Não Mídia os meios que não implicam à compra de espaço e ou tempo em veículos de divulgação para a transmissão de mensagem publicitária. Ex.: publicidade em plataformas digitais - redes sociais Facebook, Instagram, Twitter/X, TikTok e YouTube - está inserida no conceito de forma inovadora de comunicação.



Município de São João da Boa Vista

Departamento de Comunicação Social

11.5.8. Dentro do caderno único, os quesitos devem ser identificados e apresentados separadamente por páginas em branco que deverão identificar o quesito.

11.5.8.1. A apresentação do caderno único deverá ser da seguinte forma sequencial:

- Capa em branco / folha identificando o quesito Raciocínio Básico / conteúdo do quesito / folha identificando o quesito Estratégia de Comunicação Publicitária / conteúdo do quesito / folha identificando o quesito Ideia Criativa / conteúdo do quesito / folha identificando o quesito Estratégia de Mídia e Não Mídia / conteúdo do quesito / contracapa em branco.

11.5.9. As páginas utilizadas para identificar e separar os quesitos deverão compor a numeração do caderno, porém não serão computadas no limite de páginas estabelecido para cada quesito. A formatação destas páginas deverá ser a descrita no item 11.5.5, no que couber.

11.6. Do Invólucro nº 2 - Plano de Comunicação Publicitária (VIA IDENTIFICADA)

11.6.1. Deverá conter a PROPOSTA TÉCNICA – Plano de Comunicação Publicitária (VIA IDENTIFICADA) e será providenciado pela licitante, podendo ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável quanto às informações de que trata, até sua abertura.

11.6.2. Deverá ser constituído por uma cópia do Plano de Comunicação Publicitária (VIA NÃO IDENTIFICADA), sem a Ideia Criativa prevista no subitem 11.5.6.3.

11.6.3. O Plano de Comunicação Publicitária (Via Identificada) deverá ser identificado pela licitante, datado e assinado na última página e rubricado nas demais por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

11.7. Do Invólucro nº 3 - Conjunto de Informações sobre a Proponente

11.7.1. Deverá conter as demais informações da PROPOSTA TÉCNICA - Conjunto de Informações sobre a Proponente e será providenciado pela licitante, podendo ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável quanto às informações de que trata, até sua abertura, composta dos quesitos: Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação.

11.7.2. O Invólucro nº 3 e os documentos nele acondicionados não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária (VIA NÃO IDENTIFICADA) e que permita identificar a autoria deste antes da abertura do Invólucro nº 2;



Município de São João da Boa Vista

Departamento de Comunicação Social

11.7.3. A Proposta Técnica – Conjunto de Informações sobre a Proponente consiste na apresentação de quesitos, da seguinte forma:

- em papel A4 branco;
- em fonte Arial, tamanho 12 pontos, sem condensação;
- com textos justificados;
- com espaçamento “simples” entre linhas;
- em caderno único com espiral preto colocado à esquerda;
- com numeração em todas as páginas internas, em algarismos arábicos, no canto inferior direito da página;
- capa e contracapa em papel A4 branco.

11.7.4. A forma de apresentação descrita no item anterior aplica-se aos quesitos “Repertório” e “Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação”, apenas no que couber.

11.7.5. Deverá ser identificada pela licitante, datada e assinada na última página e rubricada nas demais por quem detenha poderes de representação da licitante, e composta dos seguintes quesitos:

11.7.5.1. Capacidade de Atendimento: Textos de até 25 (vinte e cinco) páginas em que a licitante

apresentará:

- a) relação nominal dos principais clientes atuais da licitante, com a especificação do início de atendimento de cada um deles;
- b) a quantificação e a qualificação, sob a forma de currículo resumido (no mínimo, nome, formação e experiência), dos profissionais que serão colocados à disposição da execução do contrato, discriminando as áreas de estudo e planejamento, criação, produção de rádio, TV, internet, produção gráfica, mídia (online e offline) e atendimento.
- c) declaração de que a equipe técnica designada para atendimento do item acima será efetivamente responsável pela execução dos serviços, sendo que eventuais e justificadas substituições só serão aceitas mediante indicação de outro(s) profissional(is) com equivalente qualificação e experiência técnica a dos substituídos, condicionadas à prévia e expressa anuência do Departamento de Comunicação Social;
 - i) A forma de apresentação da declaração que trata o item "c" deverá atender as exigências constantes no item 11.6 e faz parte do número de páginas descrito neste subitem;



Município de São João da Boa Vista

Departamento de Comunicação Social

- d) as instalações, a infraestrutura e os recursos materiais que serão colocados à disposição para a execução do contrato;
- e) a sistemática de atendimento, discriminando-se as obrigações a serem cumpridas pela licitante na execução do contrato, incluídos os prazos a serem praticados em condições normais de trabalho, na criação da peça avulsa ou de campanha e na elaboração de plano de mídia;
- f) a discriminação das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que colocará regularmente à disposição da Contratante, sem ônus adicional, durante a execução do contrato.

11.7.5.1.1. A relação de profissionais no item "b" do subitem 11.7.5.1 deverão estar, no ato da assinatura do contrato, em uma das seguintes situações:

- fazer parte do quadro permanente da licitante, condição comprovada através de cópia da ficha de registro de empregados o registro em carteira profissional;
- ser profissional autônomo contratado pela empresa, condição comprovada através de cópia do contrato correspondente;
- ser sócio ou administrador da empresa, condição comprovada por cópia do contrato social da empresa.

11.7.5.2. Repertório: Apresentação sob a forma de peças e respectivas fichas técnicas, de um conjunto de trabalhos, concebidos e veiculados/distribuídos/exibidos/expostos pela licitante no prazo de até 5 (cinco) anos, a contar de maneira retroativa à data de publicação do edital de licitação.

11.7.5.2.1. Deverão ser apresentadas no mínimo 10 (dez) e no máximo 12 (doze) peças, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça.

11.7.5.2.2. Para cada peça, deverá ser apresentada uma ficha técnica de até 1 (uma) página com a indicação sucinta do problema que se propôs a resolver e a identificação da licitante e de seu cliente, título, data de produção, período de veiculação/distribuição/exibição/exposição e, no caso de veiculação, a menção de, pelo menos, um veículo/espço que a divulgou/exibiu/expôs.

11.7.5.2.3. As peças eletrônicas deverão ser fornecidas em pendrive devidamente identificado e as peças gráficas, em proporções que preservem suas dimensões originais e sua leitura.

11.7.5.2.4. As peças não podem referir-se a trabalhos solicitados e/ou aprovados pelo Município de São João da Boa Vista (Administração Pública Direta e/ou Indireta).



Município de São João da Boa Vista

Departamento de Comunicação Social

11.7.5.3. Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação: deverão ser apresentados 2 (dois) relatos, em no máximo 2 (duas) páginas cada, descrevendo as soluções bem-sucedidas de problemas de comunicação planejadas e propostas pela licitante e implementadas por seus clientes.

11.7.5.3.1. Os relatos terão de ser formalmente referendados pelos respectivos clientes e não podem referir-se a ações de comunicação solicitadas e/ou aprovadas pelo Município de São João da Boa Vista (Administração Pública Direta e/ou Indireta).

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

11.7.5.3.2. É permitida a inclusão de até 3 (três) peças, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça, para cada relato, sendo que as peças eletrônicas deverão ser fornecidas em pendrive e as peças gráficas, em proporções que preservem suas dimensões originais e sua leitura.

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

11.7.6. A apresentação do caderno único deverá ser da seguinte forma sequencial:

- Capa em branco / folha identificando o quesito Capacidade de Atendimento / conteúdo do quesito / folha identificando o quesito Repertório / conteúdo do quesito / folha identificando o quesito Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação / conteúdo do quesito / contracapa em branco.

11.7.7. As páginas utilizadas para identificar e separar os quesitos deverão compor a numeração do caderno, porém não serão computadas no limite de páginas estabelecido para cada quesito. A formatação destas páginas deverá ser o descrito no item 11.5.5, no que couber.

11.8. Do Invólucro nº 4 - Proposta de Preços Sujeitos a Valoração

11.8.1. Deverá conter a Proposta de Preços Sujeitos a Valoração e ser providenciado pela licitante, podendo ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até sua abertura.



Município de São João da Boa Vista

Departamento de Comunicação Social

11.8.2. Para remuneração da agência são adotadas as disposições do artigo 11 da Lei nº 4.680/65, artigo 11 do Decreto nº 57.690/66, das Normas-Padrão da Atividade Publicitária que estabelecem os preços de mercado, incorporadas ao sistema legal por força do Decreto nº 4563/2002.

11.8.3. A Proposta de Preços Sujeitos a Valoração deverá ser apresentada conforme modelo descrito no Anexo II, com, no máximo, 02 (duas) casas decimais, de forma a atender aos seguintes requisitos:

1. Percentual de desconto, sem quebra de percentual, a ser concedido sobre os valores constantes na Tabela Referencial de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de São Paulo (SINAPRO-SP), base territorial desta municipalidade;
2. Percentual de honorários incidentes sobre a produção e à execução técnica de peça e/ou material publicitário que gerem ou não gerem veiculação;
3. Percentual de honorários incidentes sobre o planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos, de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas ou a serem realizadas;
4. Percentual de honorários incidentes sobre a criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias;
5. Percentual de honorários incidentes sobre veiculação de mídia digital, intermediada pela licitante, nos casos em que os veículos não remunerem a agência pelo desconto de agência, na forma do disposto no artigo 11 da Lei Federal nº 4.680/65.

11.8.4. No julgamento da Proposta Comercial, não será aceito:

- a) Percentual de desconto inferior a 30% (trinta por cento) sobre a Tabela Referencial de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de São Paulo (SINAPRO-SP), base territorial desta municipalidade;
- b) Percentual de honorários superior a 15% (quinze por cento) sobre serviços externos de produção, sobre pesquisas e instrumentos de avaliação, sobre geração de conhecimento e de formas inovadoras de comunicação publicitária, e sobre a intermediação na contratação de mídia digital, conforme item 3.6.1 das Normas-Padrão da Atividade Publicitária.

11.8.5. Declaração que praticará o repasse do valor correspondente ao “desconto de agência” a que fazem jus, calculado sobre o valor acertado para cada veiculação.

11.8.6. Declaração que praticará os percentuais máximos fixados na Proposta de Preços Sujeitos a Valoração, a serem pagos pela Contratante:



Município de São João da Boa Vista

Departamento de Comunicação Social

- a) 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, na hipótese de prorrogação contratual.
- b) 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, na hipótese de prorrogação contratual.
- c) Os percentuais deverão ser apresentados com a inclusão de todos os custos operacionais da atividade, os tributos eventualmente devidos e os benefícios decorrentes de trabalhos executados em horas extraordinárias, trabalhos noturnos, dominicais e em feriados, bem como as demais despesas diretas e indiretas, de modo a constituir a única contraprestação pela execução dos serviços objeto desta licitação, sem que lhe caiba, em qualquer caso, direito regressivo em relação ao Município.

11.8.7. A Proposta de Preços Sujeitos a Valoração deverá ser datada e assinada por quem detenha poderes de representação da licitante.

11.8.8. A apresentação da Proposta de Preços Sujeitos a Valoração implica a aceitação pela licitante:

11.8.8.1. da forma de pagamento de 20 (vinte) dias corridos, contados a partir da data do aceite das notas fiscais dos serviços prestados pelo Departamento de Comunicação Social.

11.8.8.2. das demais condições previstas no edital e anexos, sendo que havendo divergência entre o edital e o Termo de Referência, prevalecerá o estabelecido no Termo de Referência.

11.8.9. Serão desclassificadas as propostas que desobedecerem as condições do edital e que apresentem falhas e/ou inconsistências que impossibilitem a sua compreensão.

11.9. Do Invólucro nº 5 - Documentos de Habilitação



Município de São João da Boa Vista

Departamento de Comunicação Social

11.9.1. Deverá conter os DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO e ser providenciado pela licitante, podendo ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até sua abertura.

11.9.2. O invólucro deverá conter a identificação da licitante.

11.9.3. Os documentos de habilitação serão apresentados apenas pelas licitantes classificadas no julgamento das propostas, nos termos do art. 6º, inc. I e art. 11, § 4º, inc. XI, da Lei nº 12.232/2010.

11.9.4. Os Documentos de Habilitação deverão ser apresentados atendendo aos requisitos constantes no Edital, e seus anexos e em conformidade com o item 4. DOS REQUISITOS PARA CONTRATAÇÃO.

12. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

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

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

12.3. Plano de Comunicação Publicitária

12.3.1. Raciocínio Básico – a acuidade de compreensão

- a) das funções e do papel do Município de São João da Boa Vista nos contextos social, político e econômico;
- b) da natureza, da extensão e da qualidade das relações do Município de São João da Boa Vista com seus públicos;
- c) das características do Município de São João da Boa Vista e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária;
- d) sobre a natureza e a extensão do objeto da licitação;
- e) dos desafios da comunicação a serem enfrentados pelo Município de São João da Boa Vista;

12.3.2. Estratégia de Comunicação Publicitária

- a) a adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza e à qualificação do Município de São João da Boa Vista e a seus desafios da comunicação;
- b) a riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação do Município de São João da Boa Vista com seus públicos;



Município de São João da Boa Vista

Departamento de Comunicação Social

- c) a adequação e a exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução dos desafios da comunicação do Município de São João da Boa Vista;
- d) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta;
- e) a capacidade de articular os conhecimentos sobre o Município de São João da Boa Vista, o mercado no qual se insere, seus desafios da comunicação, seus públicos, os objetivos da comunicação previstos no Briefing e a verba disponível.

12.3.3. Ideia Criativa

- a) sua adequação aos desafios da comunicação da Prefeitura do Município de São João da Boa Vista;
- b) sua adequação à estratégia de comunicação publicitária sugerida pela licitante;
- c) sua adequação ao universo cultural dos segmentos de público-alvo;
- d) a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;
- e) a originalidade da combinação dos elementos que a constituem;
- f) a simplicidade da forma sob a qual se apresenta;
- g) sua pertinência às atividades da Prefeitura de São João da Boa Vista e à sua inserção nos contextos social, político e econômico;
- h) os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças e/ou materiais apresentados;
- i) a exequibilidade das peças e/ou dos materiais;
- j) a compatibilidade da linguagem utilizada nas peças e/ou nos materiais aos meios e aos públicos propostos.

12.3.4. Estratégia de Mídia e Não Mídia

- a) o conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de públicos prioritários;
- b) a capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos;
- c) a consistência do plano simulado de distribuição das peças e/ou dos materiais em relação às duas alíneas anteriores;
- d) a economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças e/ou dos materiais;
- e) a otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa.

12.4. Capacidade de Atendimento



Município de São João da Boa Vista

Departamento de Comunicação Social

- a) o porte e a tradição dos clientes atuais das licitantes e o conceito de seus produtos e serviços no mercado;
- b) a experiência dos profissionais da licitante que estarão envolvidos na execução do contrato, conforme previsto na alínea b do subitem 11.7.5.1;
- c) a adequação das qualificações e das quantificações desses profissionais à estratégia de comunicação publicitária da Prefeitura de São João da Boa Vista;
- d) a adequação das instalações da infraestrutura e dos recursos materiais que a licitante colocará à disposição da execução do contrato;
- e) a operacionalidade do relacionamento entre a Prefeitura de São João da Boa Vista e a licitante, esquematizado na proposta;
- f) a relevância e a utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que a licitante colocará regularmente à disposição da Prefeitura de São João da Boa Vista, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato.

12.5. Repertório

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

12.6. Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

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

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

QUESITOS/SUBQUESITOS	PONTOS
Plano de Comunicação Publicitária, sendo:	65 pontos
Raciocínio Básico	10 pontos
Estratégia de Comunicação Publicitária	20 pontos



Município de São João da Boa Vista
Departamento de Comunicação Social

Ideia Criativa	20 pontos
Estratégia de Mídia e Não Mídia	15 pontos
Capacidade de Atendimento	15 pontos
Repertório	10 pontos
Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	10 pontos
Pontuação máxima total	100

12.8. É vedada a participação dos membros da Subcomissão Técnica na sessão de recebimento e abertura dos invólucros com as Propostas Técnicas, de acordo com o subitem 10.4.5.

12.9. Cada avaliador atribuirá uma nota para cada item do quesito da Proposta Técnica, com no máximo duas casas decimais.

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

12.11. A Subcomissão Técnica reavaliará a pontuação atribuída a um quesito sempre que a diferença entre a maior e a menor pontuação atribuída a este for superior a 20% (vinte por cento) da pontuação máxima do quesito, com o fim de restabelecer o equilíbrio das pontuações atribuídas, conforme inc. VII, art. 6º da Lei nº 12.232/2010.

12.12. A nota média de cada quesito corresponderá à soma das notas atribuídas pelos avaliadores dividindo pelo número de avaliadores, com no máximo duas casas decimais, desprezando-se as demais, sem qualquer arredondamento.

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

12.14. As Propostas Técnicas constantes nos Invólucros nº 1 e 3 serão analisadas e pontuadas individualmente pela Subcomissão Técnica, com base nos modelos de planilhas disponíveis no Anexo III, IV, V, VI e VII.

12.15. A Nota Técnica (NT) de cada licitante será calculada da forma abaixo e expressa no Anexo VII:

$$NT = NTCP + NTIP$$

Onde:

NT - Nota Técnica;



Município de São João da Boa Vista

Departamento de Comunicação Social

NTCP - Nota do Plano de Comunicação Publicitária (Anexo IV);

NTIP = Nota do Conjunto de Informações sobre a Proponente (Anexo VI).

12.16. Na fase de julgamento das Propostas Técnicas, a classificação das licitantes será baseada na maior Nota Técnica (NT).

12.17. Será desclassificada a licitante que:

- a. Não atender às exigências do presente Termo e de seus anexos;
- b. Não alcançar, no total, a nota mínima de 65 (sessenta e cinco) pontos;
- c. Obter nota zero em quaisquer dos quesitos.

12.18. Destaca-se também o disposto no §2º do art. 6º da Lei nº 12.232/2010, transcrito abaixo:

“Se houver desclassificação de alguma proposta técnica por descumprimento de disposições do instrumento convocatório, ainda assim será atribuída pontuação a seus quesitos, a ser lançada em planilhas que ficarão acondicionadas em invólucro fechado e rubricado no fecho pelos membros da subcomissão técnica prevista no § 1º do art. 10º desta Lei, até que expirem os prazos para interposição de recursos relativos a essa fase da licitação, exceto nos casos em que o descumprimento resulte na identificação do proponente antes da abertura do invólucro de que trata o § 2º do art. 9º

13. VALORAÇÃO DAS PROPOSTAS DE PREÇOS

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

13.2. Serão desclassificadas as Planilhas de Preços que:

- a) não atenderem às exigências deste Termo de Referência e de seus Anexos;
- b) que apresentarem preços baseados em outra proposta ou que contiverem qualquer item condicionante para a entrega dos serviços;
- c) apresentarem qualquer acréscimo aos preços previstos na Tabela Referencial de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda, a título de ressarcimento dos custos internos dos trabalhos realizados pela própria licitante.

13.3. Os quesitos a serem valorados são os integrantes da Proposta de Preços da licitante, **cujo modelo está disponível no Anexo II deste Termo**, ressalvado que, nos termos do artigo 59, inciso III, da Lei

14.133/21 não será aceito:

- a) **Desconto inferior a 30% (trinta por cento)** em relação aos preços previstos na tabela referencial de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de São



Município de São João da Boa Vista

Departamento de Comunicação Social

Paulo, SINAPRO-SP, a título de ressarcimento dos custos internos dos serviços executados pela licitante, referentes;

- b) **Percentual de honorários superior a 15% (quinze por cento)** incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peça e/ou material;
- c) **Percentual de honorários superior a 15% (quinze por cento)** incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores referentes ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes à execução do contrato;
- d) **Percentual de honorários superior a 15% (quinze por cento)** incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores referentes à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias;
- e) **Percentual de remuneração superior a 20% (vinte por cento)** incidente sobre veiculação de mídia digital intermediada pela licitante, que não proporcione à agência o desconto de agência concedido por veículos de divulgação.

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

13.5. Serão consideradas as melhores propostas comerciais aquelas que atingirem as maiores pontuações através da fórmula abaixo:

$$NC = P1 + P2 + P3 + P4 + P5$$

Sendo:

NC - Nota Comercial;

P1 - Pontuação obtida no item "a" da proposta.

P2 - Pontuação obtida no item "b" da proposta.

P3 - Pontuação obtida no item "c" da proposta.

P4 - Pontuação obtida no item "d" da proposta.

P5 - Pontuação obtida no item "e" da proposta.

13.6. A Nota Comercial (NC) é limitada ao máximo de 100 pontos, seguindo a metodologia a seguir:



Município de São João da Boa Vista

Departamento de Comunicação Social

- **P1 (Máximo de 40 pontos)** - pontuação obtida pela licitante correspondente ao percentual de desconto, sem quebra de percentual, a ser concedido sobre os valores constantes na Tabela Referencial de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de São Paulo (SINAPRO-SP), base territorial desta municipalidade, multiplicado por 0,4, até a pontuação máxima do item (40 pontos), ou seja:

Pontos = percentual de desconto (mínimo de 30%) x 0,4

Exemplo: se a empresa apresentar um percentual de desconto de 60%, calcula-se

Ponto = $60 \times 0,4 \therefore$ Pontos = 24

Para efeito de cálculo, serão consideradas duas casas decimais na pontuação, sem arredondamento.

- **P2 (Máximo de 15 pontos)** - pontuação obtida pela licitante correspondente a diferença entre a pontuação máxima e o percentual de honorários incidentes sobre a produção e à execução técnica de peça e/ou material publicitário que gerem ou não gerem veiculação, ou seja:

Pontos = 15 - percentual de honorários (máximo de 15% de desconto)

Exemplo: se a empresa apresentar um percentual de honorários de 11%, calcula-se

Ponto = $15 - 11 \therefore$ Pontos = 4

- **P3 (Máximo de 15 pontos)** - pontuação obtida pela licitante correspondente a diferença entre a pontuação máxima e o percentual de honorários incidentes sobre o planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos, de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas ou a serem realizadas, ou seja:

Pontos = 15 - percentual de honorários (máximo de 15% de desconto)

Exemplo: se a empresa apresentar um percentual de honorários de 4,25%, calcula-se

Ponto = $15 - 4,25 \therefore$ Pontos = 10,75

- **P4 (Máximo de 15 pontos)** - pontuação obtida pela licitante correspondente a diferença entre a pontuação máxima e o percentual de honorários incidentes sobre a criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias, ou seja:



Município de São João da Boa Vista

Departamento de Comunicação Social

Pontos = 15 - percentual de honorários (máximo de 15% de desconto)

Exemplo: se a empresa apresentar um percentual de honorários de 9,7%, calcula-se

Ponto = $15 - 9,7 \therefore$ Pontos = 5,3

- **P5 (Máximo de 15 pontos)** - pontuação obtida pela licitante correspondente a diferença entre a pontuação máxima e o percentual de honorários incidentes sobre veiculação de mídia digital, intermediada pela licitante, nos casos em que os veículos não remunerem a agência pelo desconto de agência, na forma do disposto no artigo 11 da Lei Federal no 4.680/65, ou seja:

Pontos = 15 - percentual de honorários (máximo de 20% de desconto)

Exemplo: se a empresa apresentar um percentual de honorários de 7,12%, calcula-se

Ponto = $15 - 7,12 \therefore$ Pontos = 7,88

Observação: A pontuação é limitada em 15 pontos e qualquer proposta com percentual a partir de 15%, será considerada a quantia de 0 (zero) pontos.

13.7. A Nota Comercial (NC) será calculada com, no máximo, duas casas decimais, sem qualquer arredondamento.

13.8. A Proposta de Preços Sujeitos a Valoração que obtiver o maior somatório das notas será considerada como a de menor preço.

13.9. Será utilizado o modelo de planilhas de avaliação dos quesitos que está disponível no Anexo VIII.

14. ESTIMATIVA DO VALOR DA CONTRATAÇÃO

14.1. Durante a vigência do contrato, o valor total estimado de R\$2.500.000,00 (dois milhões e quinhentos mil reais) para serem utilizados de acordo com a necessidade da Prefeitura de São João da Boa Vista, a seu critério, em sua totalidade ou não.

15. DA VIGÊNCIA CONTRATUAL

15.1. O prazo de vigência da presente contratação será de 12 (doze) meses, contados da data de assinatura do contrato, podendo ser prorrogado, a critério da administração, segundo as disposições do artigo 107 da Lei nº 14.133/21 e suas alterações.

16. ADEQUAÇÃO ORÇAMENTÁRIA



Município de São João da Boa Vista
Departamento de Comunicação Social

16.1. Para a presente prestação dos serviços será contratada 1 (uma) agência, cujas despesas serão custeadas pela Unidade Orçamentária 02.01, Departamento de Comunicação Social, sob a Ação 2.020 e Categoria Econômica 33.90.39, provenientes de recursos próprios.

São João da Boa Vista, 26 de janeiro de 2026.

Antonio Luiz Magalhães
DIRETOR

Michel de Carvalho Bertoncelli
CHEFE DE SETOR DE EXPEDIENTES
E GERENCIAMENTO DE PESSOAL

Débora Ferraz Carvalho
CHEFE DE SETOR DE LICITAÇÕES



Município de São João da Boa Vista
Departamento de Comunicação Social