



**MINUTA EDITAL CONCORRÊNCIA PRESENCIAL Nº 01/2026**

**PROCESSO ADMINISTRATIVO Nº 6359/2025**

**OBJETO:** Prestação de serviço de publicidade para realização de atividades integradas que possibilite o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e na distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação.

**Fundamento Legal:** Lei Federal n. 12.232/2010, com complemento da Lei nº 14.133/2021 e suas alterações e Lei nº 4.680/65 e Decreto Federal nº 57.690/66.

**CRITÉRIO DE JULGAMENTO: TÉCNICA E PREÇO**

**DATA E HORÁRIO DA SESSÃO: 18/08/2026 às 14:00**

**LOCAL: Sala de Reunião da Secretaria de Finanças, localizada na Avenida João Ramalho, 205 – Vila Noêmia – Mauá/SP – 1º andar**

A sessão pública de processamento Concorrência será realizada, no dia e horário acima indicados, na Avenida João Ramalho, nº 205 – Vila Noêmia – Mauá – SP.

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



**PREÂMBULO:**

A Prefeitura Municipal de Mauá, por meio da Secretaria de Comunicação, torna público, para conhecimento dos interessados, que, por determinação do Senhor Prefeito Municipal, encontra-se aberta a Concorrência, do tipo Técnica e Preço, a ser realizada na forma presencial, conforme objeto descrito no edital.

O edital e seus anexos estão disponíveis aos interessados, contendo o texto integral e as orientações necessárias. Os participantes deverão apresentar, na data prevista para a realização do certame, em sessão pública presencial, os envelopes contendo a documentação de habilitação e as propostas.

A presente licitação reger-se-á pelas normas estabelecidas na Lei Federal n. 12.232 de 29 de abril de 2010, e complementada pelas leis nº 14.133/21 e alterações posteriores e 4.680/65 em conformidade com a disposições deste Edital e seus Anexos.

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

**1. OBJETO:**

**1.1.** A presente licitação tem por objeto: prestação de serviço de publicidade para realização de atividades integradas que possibilite o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e na distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação.

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

**1.2.1** Objetivo Específico:

**a)** Os projetos e campanhas compreendem o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação.

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

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

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

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

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



1.2.2. Não se confundem com o objeto desta licitação, estando, portanto, fora da contratação, as atividades de promoção, patrocínio, relações públicas, assessorias de comunicação e de imprensa e aquelas que tenham por finalidade a realização de eventos festivos.

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

**1.2.3. Dotação orçamentária: 34.34.04.131.0003.2280**

Programa	Descrição
0003	Mauá Transp. E Participativa

Cód.aplicação	Rubrica	Fonte	Recursos
34	3.3.90.39.00.00.00.00	001	Tesouro

**1.2.4. Valor estimado da contratação: R\$ 10.000.000,00 (Dez milhões de Reais)**

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

1.2.5. O prazo de vigência do contrato será de 12 (doze meses), contados a partir de sua assinatura, podendo ser prorrogado por até 5 (cinco) anos conforme estipulado pelo art. 107 da Lei nº 14.133/2021, desde que seja atestado que as condições e os preços permanecem vantajosos para a Administração Pública, permitida a negociação com o contratado ou a extinção contratual sem ônus para qualquer das partes, com a ressalva de que a cada exercício financeiro a Administração Pública deverá verificar e atestar, no início da contratação e de cada exercício, a existência de créditos orçamentários vinculados à contratação e a vantagem em sua manutenção, bem como a previsão no Plano Plurianual, quando ultrapassar 01 (um) exercício financeiro.

1.2.5.1. **REAJUSTAMENTO DE PREÇOS:** Os preços poderão ser reajustados pelo IPCA - IBGE, desde que transcorridos 12 meses, contados da data de assinatura do contrato, na forma disposta no artigo 25, parágrafo 7º. da lei 14.133/21.

1.2.5.2. **VIGÊNCIA E PRORROGAÇÃO:** O prazo de vigência do contrato será de 12 (doze) meses, contados da sua assinatura, podendo ser prorrogado sucessivamente até o limite de 5 (conco) anos, nos termos do art. 107 da Lei Federal nº 14.133/2021, desde que mantidas as condições e os preços vantajosos para a Administração Pública. A prorrogação ficará condicionada à existência de créditos orçamentários, à comprovação da vantajosidade da contratação e à observância das demais exigências legais aplicáveis.

**2. DAS CONDIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO:**

2.1 Poderão participar desta licitação as empresas interessadas, do ramo de atividade pertinente ao objeto licitado, que tenham atividades disciplinadas pela Lei nº 4.680/65 e obtido o **certificado de qualificação técnica de funcionamento**, nos termos do artigo 4º da Lei nº 12.232/10, doravante designadas concorrentes, que atenderem a todas as exigências deste Edital e de seus Anexos, sendo vedada a participação de:

a) consórcios de empresas, qualquer que seja sua forma de constituição, por não ser necessária a co-participação de duas ou mais agências em consórcio. A criação e produção publicitária é realizada pela equipe técnica da agência de publicidade, que atua de forma concatenada, desde a concepção da peça/campanha publicitária, mediante o desenvolvimento de planejamento prévio, de pesquisas quanto ao público-alvo, o



mercado e os meios de comunicação, não sendo aconselhável que tais serviços sejam desenvolvidos por equipes diferentes das agências em consórcio. Torna-se não só desnecessária, como inconveniente a prestação de tais serviços através de consórcio de agências.

**b)** empresas declaradas inidôneas para licitar ou contratar com qualquer órgão ou entidade da Administração Pública Direta ou Indireta Federal, Estadual ou Municipal;

**c)** pessoa física ou jurídica que se encontre, ao tempo da licitação, impossibilitada de participar da licitação em decorrência de sanção que lhe foi imposta;

**d)** Não poderá participar, direta ou indiretamente, da licitação ou da execução do contrato agente público do órgão ou entidade contratante, devendo ser observadas as situações que possam configurar conflito de interesses no exercício ou após o exercício do cargo ou emprego, nos termos da legislação que disciplina a matéria, conforme § 1º do art. 9º da Lei nº 14.133, de 2021.

**d1)** a vedação de que trata o item anterior estende-se a terceiro que auxilie a condução da contratação na qualidade de integrante de equipe de apoio, profissional especializado ou funcionário ou representante de empresa que preste assessoria técnica.

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

**f)** aquele que não atenda às condições deste Edital e seu(s) anexo(s);

**g)** aquele que mantenha vínculo de natureza técnica, comercial, econômica, financeira, trabalhista ou civil com dirigente do órgão ou entidade contratante ou com agente público que desempenhe função na licitação ou atue na fiscalização ou na gestão do contrato, ou que deles seja cônjuge, companheiro ou parente em linha reta, colateral ou por afinidade, até o terceiro grau;

**h)** empresas controladoras, controladas ou coligadas, nos termos da Lei nº 6.404, de 15 de dezembro de 1976, concorrendo entre si;

**i)** pessoa física ou jurídica que, nos 5 (cinco) anos anteriores à divulgação do edital, tenha sido condenada judicialmente, com trânsito em julgado, por exploração de trabalho infantil, por submissão de trabalhadores a condições análogas às de escravo ou por contratação de adolescentes nos casos vedados pela legislação trabalhista.

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

**3.1.** O Caderno de Licitação, composto de Edital e Anexos, poderá ser consultado no Diário Oficial do Município de Mauá <https://dom.maua.sp.gov.br>, no Portal Nacional de Contratações Públicas <https://pncp.gov.br> ou no endereço Avenida João Ramalho, 205, Vila Noêmia – Mauá -SP de segunda a sexta-feira, das 08h30min às 16h30min.

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

**3.2.1. Pedido de Esclarecimento** – deverão ser formuladas por escrito e dirigidas ao Presidente da Comissão de Contratações e encaminhadas para a Comissão de Contratações no endereço Avenida João Ramalho, 205, Vila Noêmia – Mauá – SP ou e-mail [contrata.obras@maua.sp.gov.br](mailto:contrata.obras@maua.sp.gov.br) que deverá ter o seu recebimento confirmado até 03 (três) dias úteis antes do prazo marcado para abertura do certame.

**3.3.** Qualquer pessoa poderá impugnar o presente Edital por irregularidade, devendo protocolar o pedido por escrito e fundamentado, dirigido à Comissão de Contratações, no endereço Avenida João Ramalho, nº 205, Vila Noêmia, Mauá/SP, Coordenadoria de Licitações - 1º andar, ou encaminhá-lo pelo e-mail [contrata.obras@maua.sp.gov.br](mailto:contrata.obras@maua.sp.gov.br), de segunda a sexta-feira, das 08h às 17h, contendo a identificação completa do impugnante, assinatura de seu representante legal e documentos comprobatórios da representação, observando o prazo previsto no art. 164 da Lei nº 14.133/2021, de até 03 (três) dias úteis anteriores a data da abertura do certame.



- 3.3.1.** No instrumento de impugnação, é obrigatória a menção a documento pessoal, em se tratando de pessoa física, e de CNPJ, em se tratando de pessoa jurídica, mais nome para contato, endereço, telefone e endereço eletrônico.
- 3.4.** Decairá do direito de impugnar os termos deste Edital, perante esta Prefeitura, o interessado que não o fizer até o terceiro dia útil anterior à data de abertura da sessão pública, nos termos do art. 164 da Lei nº 14.133/2021.
- 3.5.** A Comissão de Contratações decidirá sobre a impugnação, bem como responderá às questões formuladas pelas licitantes.
- 3.6.** Acolhida a impugnação oposta contra o ato convocatório será designada nova data para a realização da sessão pública da **Concorrência**.
- 3.7.** Não serão conhecidas as impugnações subscritas por representantes não habilitados legalmente.
- 3.8.** Não serão conhecidas as impugnações enviadas pelo correio ou qualquer outro meio de comunicação, se dentro dos prazos previstos em lei as petições originais não tiverem sido protocolizadas.

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

- 4.1.** A concorrência será processada e julgada pela Comissão de Contratações, na forma da Lei 12.232/10, com exceção da análise e julgamento das Propostas Técnicas.
- 4.2.** As Propostas Técnicas serão analisadas e julgadas por Subcomissão Técnica, composta por 03 (três) membros formados em comunicação, publicidade ou marketing, ou que atuem em uma dessas áreas, sendo que, nos termos do art. 10 da Lei nº 12.232/2010, pelo menos 1/3 (um terço) dos membros não poderá manter vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com a Administração.
- 4.3.** Além das demais atribuições previstas neste Edital, caberá à Subcomissão Técnica manifestar-se em caso de eventuais recursos interpostos pelas licitantes, relativos ao julgamento das Propostas Técnicas, se solicitada pela Comissão de Contratações.

#### **5. ABERTURA DA LICITAÇÃO:**

- 5.1.** No dia, horário e local designados no preâmbulo deste Edital, terá início a sessão pública de processamento desta licitação, que será conduzida pela Comissão de Contratações e realizada em conformidade com a legislação pertinente, devendo os licitantes entregar, inicialmente, os 04 (quatro) envelopes.
- 5.2.** Quanto aos representantes:
- a)** Tratando-se de **representante legal** (sócio, proprietário, dirigente ou assemelhado), instrumento constitutivo da empresa registrado na Junta Comercial, ou tratando-se de sociedade simples, o ato constitutivo registrado no Cartório de Registro Civil de Pessoas Jurídicas, no qual estejam expressos seus poderes para exercer direitos e assumir obrigações em decorrência de tal investidura.
  - b)** Tratando-se de **Procurador**, instrumento público de procuração ou instrumento particular assinado pelo representante legal, do qual constem poderes específicos para anuir, transigir ou renunciar a direitos em nome da empresa, bem como praticar todos os demais atos pertinentes ao certame. No caso de instrumento particular, o procurador deverá apresentar instrumento constitutivo da empresa na forma da alínea "a".
- 5.2.1.** O representante legal e o procurador deverão identificar-se exibindo documento oficial de identificação que contenha foto, **fora dos envelopes**.
- 5.2.2.** A licitante que não contar com **representante** presente na sessão ou, ainda que presente, não puder praticar atos em seu nome por conta da apresentação de documentação defeituosa, ficará impedida de anuir, transigir ou renunciar a direitos em nome da empresa.
- 5.2.3.** Será admitida apenas 01 (um) representante para cada licitante, sendo que cada um deles poderá representar apenas uma empresa/ licitante.



**5.3. Recebimento dos Envelopes:** Proceder-se-á o recebimento dos envelopes **1, 2, 3 e 4** contendo os documentos da proposta Técnica e proposta de Preços, observado as recomendações abaixo:

**I – ENVELOPE 1**

- a) Deverá estar acondicionado o Plano de Comunicação Publicitária – **Via Não Identificada**;
- b) Só será aceito o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada que estiver acondicionado no invólucro padronizado fornecido, **obrigatoriamente**, pela Prefeitura de Mauá;
  - b1)** O invólucro padronizado deverá ser retirado pela interessada no horário das 08h30min às 16h30min, no endereço Avenida João Ramalho, 205, Vila Noêmia – Mauá – SP.
  - b2)** O invólucro padronizado só será entregue à agência que o solicite formalmente.
- c) Deverá estar sem fechamento e sem rubrica.
- d) **Não poderá:**
  - d1)** ter nenhuma identificação;
  - d2)** apresentar marca, sinal, etiqueta ou outro elemento que possibilite a identificação da licitante;
  - d3)** estar danificado ou deformado as peças, material e/ou demais documentos nele acondicionados de modo a possibilitar a identificação da licitante.
- e) Não deverá ter nenhum escrito, anotação, identificação ou qualquer elemento na parte externa do envelope.

**II – ENVELOPE 2**

- a) Deverá estar acondicionado o Plano de Comunicação Publicitária – **Via Identificada**, que conterà o mesmo teor da via não identificada, com exceção dos exemplos de peças referentes à ideia criativa;
- b) O envelope deverá ser opaco, providenciado pela licitante e poderá ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até sua abertura;
- c) **NÃO poderá** ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – **Via Não Identificada (Envelope 1)** e possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura deste envelope;
- d) deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

**ENVELOPE 2**  
CONCORRÊNCIA Nº..... / ..... (mencionar o nº e ano)

PROCESSO ADMINISTRATIVO nº .....

**PROPOSTA TÉCNICA (Via Identificada)**

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

**III – ENVELOPE 3**

- a) Deverão estar acondicionados a Capacidade de Atendimento, o Repertório e os Relatos de Soluções de



Problemas de Comunicação;

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

**ENVELOPE 3**

CONCORRÊNCIA Nº..... / ..... (mencionar o nº e ano)  
PROCESSO ADMINISTRATIVO nº .....

**CAPACIDADE DE ATENDIMENTO, REPERTÓRIO E RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMA DE COMUNICAÇÃO**

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

**IV – ENVELOPE 4**

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

**ENVELOPE 4**

CONCORRÊNCIA Nº..... / .....(mencionar o nº e ano)  
PROCESSO ADMINISTRATIVO nº .....

**PROPOSTA DE PREÇOS**

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

**6. DO CONTEÚDO DOS ENVELOPES**

**6.1. O envelope 1 - PROPOSTA TÉCNICA:** deverá conter o Plano de Comunicação Publicitária, sem qualquer identificação da licitante, com seus respectivos anexos, ou seja, os exemplos de peças, apresentados em layout impresso e/ou em meio digital, gravados em PEN DRIVE, a serem elaborados a partir dos critérios a seguir. O material digital deverá ser apresentado em PEN DRIVE, devidamente acondicionado em embalagem lacrada, sem qualquer



identificação externa que comprometa o sigilo da proposta. O PEN DRIVE deverá conter todos os arquivos referentes ao Plano de Comunicação Publicitária, devidamente organizados, em formato não editável, preferencialmente PDF, de modo a garantir a integridade das informações apresentadas. O dispositivo deverá estar identificado apenas com a indicação do objeto da licitação e do envelope correspondente, sendo vedada qualquer identificação da licitante, sob pena de desclassificação. A licitante é responsável pela integridade, legibilidade e perfeito funcionamento dos arquivos apresentados, não sendo admitida a substituição do material após a entrega. O descumprimento das exigências quanto à forma de apresentação do material poderá ensejar a desclassificação da proposta, nos termos deste edital.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

I – Ser apresentados sob a forma de:

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

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



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

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

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

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

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

6.1.1.3.8. Os storyboards animados, animatics, protótipos e monstros poderão ser apresentados em DVD ou PEN-DRIVE, executáveis no sistema operacional Windows, nos formatos universais, a exemplo de:

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

6.1.1.3.9. Os exemplos de peças e/ou material devem ser apresentados separadamente do caderno, ter formatos compatíveis com suas características e se adequarem às dimensões do **envelope 1**. As peças que não se ajustem às dimensões do **envelope 1** poderão ser dobradas.

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

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

a) Justificativa da estratégia e das táticas recomendadas, em consonância com a estratégia de comunicação publicitária sugerida pela licitante em função da verba referencial indica no Briefing – **ANEXO IV**.

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

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

- a) período de distribuição das peças e/ou material;
- b) quantidades de inserções das peças em veículos de divulgação;
- c) valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em veículos de divulgação, separadamente por meios;
- d) valores (absolutos e percentuais) alocados na produção e/ou na execução técnica de cada peça destinada a veículos de divulgação;



- e) quantidades a serem produzidas de cada peça e/ou material de não mídia;
- f) valores (absolutos e percentuais) alocados na produção de cada peça e/ou material de não mídia, entre outras que entender pertinente.

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

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

- a) os preços das inserções em veículos de comunicação devem ser os de tabela cheia, vigentes na data de publicação do aviso de licitação;
- b) deve ser desconsiderado o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da lei 4.680/65;
- c) devem ser desconsiderados os custos internos e os honorários sobre todos os serviços de fornecedores e veículos.
- d) para veículos de comunicação e divulgação que não atuem com tabelas de preços públicas, mas que possam ser considerados como formas inovadoras de comunicação (tais como mídia programática, *trading desks* e redes sociais) a licitante deverá informar o montante de investimento proposto a ser utilizado com essas ferramentas no âmbito de sua estratégia, assim como para o alcance dos objetivos previamente estabelecidos, definindo em sua proposta quais métricas serão utilizadas para atingi-los (ex: cpm, true views, taxa de impressão, geração de leads, custo por alcance, cpc, cpe, custo por visualização de vídeo, custo por curtida, entre outros).

Para fins desta licitação, a publicidade em plataformas digitais, a exemplo da programação de publicidade nas redes sociais Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn e Youtube, está inserida no conceito de forma inovadora de comunicação.

## **6.2- Envelope 2 - PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIO – VIA IDENTIFICADA**

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

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

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

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

- a) A relação nominal dos seus principais clientes na data da apresentação das Propostas, com a especificação do início de atendimento de cada um deles;
- b) A quantificação e a qualificação dos profissionais que poderão ser colocados à disposição da execução do contrato, discriminando-se as áreas de estudo e planejamento, criação, produção de rádio, TV, cinema, internet, produção gráfica, mídia e atendimento;
  - b1)** A qualificação deverá ser apresentada sob a forma de currículo resumido contendo, no mínimo, o nome, a formação e a experiência dos profissionais;
  - b2)** os profissionais indicados para fins de comprovação da capacidade de atendimento deverão



participar da elaboração dos serviços objeto deste Edital, admitida sua substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior, mediante aprovação prévia da Prefeitura.

- c) As instalações, a infraestrutura e os recursos materiais que serão colocados à disposição para a execução do contrato.
- d) A sistemática de atendimento e os prazos a serem praticados, em condições normais de trabalho, na criação de peça avulsa ou de campanha e na elaboração de plano de mídia;
- e) As informações de marketing e comunicação, as pesquisas de audiência e a auditoria de circulação e controle de mídia que colocará regularmente à disposição da Prefeitura sem ônus adicionais, na vigência do contrato.

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

### **6.3.2. REPERTÓRIO**

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

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

- a) as peças e/ou material devem ter sido veiculados, expostos ou distribuídos a partir de 1º de janeiro de 2019;
- b) as peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD ou PEN-DRIVE, executáveis no sistema operacional Windows, podendo integrar o caderno específico ou ser apresentados separadamente (soltos);
- c) as peças gráficas poderão integrar o caderno específico ou ser apresentadas separadamente (soltas). Se apresentadas separadamente (soltas), as peças poderão ter qualquer formato, podendo inclusive ser apresentadas dobradas ou não.
- d) as peças e/ou material não podem se referir a ações executadas no âmbito de contratos de prestação de serviços de publicidade de que a Prefeitura seja ou tenha sido signatário;
- e) para cada peça e/ou material previstos neste item, deverá ser apresentada ficha técnica com a indicação sucinta dos problemas que se propôs a resolver e a identificação da licitante e de seu cliente, além do título, data de produção, período de veiculação, e exposição e/ou distribuição e, no caso de veiculação, menção de, pelo menos, um veículo que divulgou cada peça.

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

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

**6.3.2.4.** Não há limitação de número de páginas para apresentação do Repertório.

### **6.3.3 RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO**

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

**6.3.3.1.1.** As propostas de que trata o subitem 6.3.3.1 devem ter recebido a autorização para sua produção ou terem sido veiculadas a partir de 1º de janeiro de 2019.

**6.3.3.1.2.** A apresentação de apenas 1 (um) relato no caderno específico implica, para este quesito,



pontuação máxima equivalente à metade de pontuação máxima prevista no subitem 8.3 - Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação.

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

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

**6.3.3.1.5** Na última página do relato deverá constar a indicação do nome empresarial do cliente e a assinatura do seu respectivo signatário acompanhada do seu nome e cargo ou função, sem necessidade de reconhecimento de firma.

**6.3.3.2** Para cada Relato, é permitida a inclusão de até 03 (três) peças e/ou material não computados no limite de páginas a que se refere o subitem 6.3.3.1 independentemente do meio de divulgação, tipo ou característica da peça, caso em que, se incluídos:

- a) as peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD ou PEN-DRIVE, executáveis no sistema operacional Windows, podendo integrar o caderno específico ou ser apresentados separadamente (soltos).
- b) as peças gráficas poderão integrar o caderno específico mencionado no subitem 6.3.3.1, ou serem apresentadas separadamente (soltas), preservadas, em qualquer hipótese, a compreensão de seu conteúdo e a indicação de suas dimensões originais: Se apresentadas separadamente (soltas), as peças poderão ter qualquer formato, podendo inclusive ser apresentadas dobradas ou não.
- c) para cada peça e/ou material, deverá ser apresentada ficha técnica com os dados técnicos de produção e/ou veiculação.

#### **6.4. Envelope 4 - ELABORAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇO**

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

- a) à produção e à execução técnica de peça e/ou material;
- b) ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos, de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas ou a serem realizadas;
- c) à criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinada a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias
- d) à intermediação na contratação de mídia digital, no caso em que os veículos não remunerem a agência pelo desconto de agência, na forma do disposto no artigo 11 da Lei 4.680/65 e
- e) o desconto a ser concedido nos custos internos, calculados sobre a Tabela Referencial de Custos Internos do **Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de São Paulo**, observando-se ainda que se destina a atender a exequibilidade do contrato, adotando-se os preços de mercado, estabelecidos referencialmente pelas Normas-Padrão da Atividade Publicitária, incorporadas ao sistema legal por força do disposto no Decreto n. 4563/2002 e do disposto no inciso V do artigo 6º da lei 12.232/2010, que dispõe que na apresentação da proposta de preço conterá quesitos representativos das formas de remuneração vigentes no mercado publicitário, evitando-se a inexecuibilidade do contrato administrativo que vier a ser firmado:

- I - Não será aceito percentual de honorários superior a 15% (quinze por cento) sobre serviços externos de produção; sobre pesquisas e instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento; sobre formas



inovadoras de comunicação publicitária e remuneração superior a 20% (vinte por cento) sobre o valor da mídia digital adquirida com a intermediação da agência, nos casos em que os veículos não remunerem a agência pelo Desconto Padrão de Agência.

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

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

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

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

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

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

6.4.4 A classificação das Propostas de Preço observará a ordem crescente dos percentuais apresentados, sendo atribuída maior pontuação à proposta que apresentar o menor percentual de honorários, nos termos do subitem 6.4.1, considerado em conjunto com o maior desconto concedido sobre a Tabela de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de São Paulo.

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

#### **Envelope 5 - DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO:**

6.4.6. As licitantes cujas Propostas Técnica e de Preço tenham sido classificadas deverão entregar os Documentos de Habilitação no dia, hora e local estipulados pela Comissão de Contratação, preferencialmente definidos em sessão pública e registrados em ata, considerando-se as licitantes presentes desde logo intimadas.

Parágrafo único. Na impossibilidade de definição em sessão, a convocação será realizada por meio de publicação no Diário Oficial do Município (DOM), cabendo as licitantes o dever de acompanhar os atos do certame, não podendo alegar desconhecimento.

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



**ENVELOPE 5**

CONCORRÊNCIA Nº..... /.....(mencionar o nº e ano)  
PROCESSO ADMINISTRATIVO nº .....

**DOCUMENTO PARA HABILITAÇÃO**

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

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

**6.4.9. HABILITAÇÃO JURÍDICA**

**6.4.9.1.** Registro comercial, no caso de empresa individual; ou

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

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

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

**6.5 REGULARIDADE FISCAL**

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

**6.5.2** - Certidão de Regularidade junto ao Fundo de Garantia por Tempo de Serviço - F.G.T.S., fornecido pela Caixa Econômica Federal.

**6.5.3** Certidão expedida conjuntamente pela Secretaria da Receita Federal do Brasil (RFB) e pela Procuradoria-Geral da Fazenda Nacional (PGFN), referente a todos os créditos tributários federais e à Dívida Ativa da União (DAU) por ela administrados, inclusive créditos tributários relativos às contribuições sociais, conforme Portaria Conjunta RFB/PGFN nº 1.751 de 02 de outubro de 2014.

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

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

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



nº 12.440, de 7 de julho de 2011.

#### 6.5.7 QUALIFICAÇÃO TÉCNICA

- 6.5.7.1** Certificado de qualificação técnica de funcionamento de que trata a Lei nº 12.232/2010, artigo 4º e seu parágrafo primeiro, obtido perante o Fórum de Autorregulação do Mercado Publicitário – CENP (anterior denominação “Conselho Executivo das Normas-Padrão”) ou por entidade equivalente, legalmente reconhecida como fiscalizadora e certificadora das condições técnicas de agências de propaganda.
- 6.5.7.2** Comprovação de aptidão para desempenho de atividade pertinente e compatível com o objeto desta licitação, mediante a apresentação de atestado(s) expedido(s) por pessoa jurídica de direito público ou privado, que comprove o disposto no art. 2º e no seu parágrafo 1º, incisos I e II, da Lei 12.232/10, bem com o parágrafo 5º. do artigo 67 da lei 14.133/21.

#### 6.5.8 QUALIFICAÇÃO ECONÔMICO-FINANCEIRA

- 6.5.8.1** Certidão negativa de falência, expedida pelo distribuidor da sede da pessoa jurídica.
- 6.5.8.2** Certidão negativa sobre falência expedida pelo distribuidor da sede da pessoa jurídica, datada de, no máximo, 90 (noventa) dias anteriores à data de apresentação (documento a ser confirmado on-line, junto ao órgão emitente que disponibilize esse serviço) ;
- 6.5.8.3** Caso a licitante esteja em recuperação judicial deverá apresentar Plano de Recuperação já homologado pelo juízo competente e em pleno vigor, para fins de apuração dos índices contábeis previstos no edital, sem prejuízo do atendimento a todos os requisitos de habilitação econômico-financeiro estabelecidos neste edital .

#### **6.5.8.4 Prova de Capital Social ou Patrimônio Líquido** mínimo de R\$ 600.000,00

(Seiscentos mil Reais), equivalente a 6% (Seis por cento) do valor do contrato administrativo decorrente desta licitação, devendo a comprovação ser feita relativamente à data da apresentação da proposta, na forma da lei (artigo 69, parágrafo 4º da Lei 14.133/21)

**6.5.8.5 Balanço patrimonial e demonstrações contábeis dos dois últimos exercícios sociais, já exigíveis** e apresentados na forma da Lei, que comprovem a boa situação financeira da empresa, **vedada** a sua substituição por balancetes ou balanços provisórios, podendo ser atualizados por índices oficiais quando encerrados há mais de **03** (três) meses da data de apresentação da proposta. (art. 69, inciso I da Lei 14.133/21).

**6.5.8.5.1** Serão considerados como legais o balanço e as demonstrações contábeis assim apresentados:

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

**6.5.8.5.1.2** pelas sociedades por cotas de responsabilidade limitada: fotocópia do Livro Diário, inclusive com os Termos de Abertura e de Encerramento, devidamente autenticado na Junta Comercial da sede ou domicílio da **licitante** ou em outro órgão equivalente; ou



fotocópia do Balanço e das Demonstrações Contábeis devidamente registrados ou autenticados na Junta Comercial da sede ou domicílio da **licitante** e/ou Escrituração Contábil Digital, nos termos do Decreto 6.022/2007

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

**6.5.8.5.1.4** No caso de empresas obrigadas ou optantes pela utilização do SPED (Sistema Público de Escrituração Digital), deverão apresentar o Balanço Patrimonial e Demonstrações Contábeis, acompanhadas das Notas Explicativas e respectivos Termos de Abertura e Encerramento, devidamente acompanhado do seu recibo de transmissão.

**6.5.8.5.2** Se a licitante tiver sido constituída há menos de 02 (dois) anos de exercício, os documentos referidos no item 6.5.7.3. limitar-se-ão ao último exercício.

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

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

- Índice de Liquidez Corrente (LC) superior a 1,00;

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

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

**LG = (Ativo Circulante + Realizável a Longo Prazo) ÷ (Passivo Circulante + Exigível a Longo Prazo);**

**LC = (Ativo Circulante) ÷ (Passivo Circulante);**

**SG = (Ativo Total) ÷ ( Passivo Circulante + Exigível a longo Prazo)**

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

#### **6.5.8. DOCUMENTAÇÃO COMPLEMENTAR:**

**6.5.8.1. DECLARAÇÃO GERAL** da licitante, elaborada em papel timbrado e subscrita por seu representante legal, conforme modelo constante do **ANEXO I - C**, contemplando, no mínimo, as declarações relativas ao atendimento dos requisitos de habilitação, inexistência de impedimentos para licitar e contratar com a Administração Pública, cumprimento do disposto no art. 7º, XXXIII, da Constituição Federal, atendimento às exigências trabalhistas, cumprimento das disposições da Lei nº 14.133/2021 e demais declarações pertinentes.



## 7- DA ABERTURA DOS ENVELOPES:

7.1. Os **envelopes 1, 2, 3 e 4** serão recebidos na data e horário estipulados no preâmbulo do Edital e em seguida, em ato público, serão rubricados pela Comissão e pelas licitantes presentes e após remetido para exame da Subcomissão

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

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

## 7.2. PRIMEIRA SESSÃO:

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

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

7.2.1.2. entrega dos **envelopes 1, 2, 3 e 4**;

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

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

7.2.1.4. retirar e rubricar o conteúdo do envelope 1 e 3

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

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

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

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

observarão os seguintes procedimentos:

a) suspensão da sessão para análise individualizada e julgamento, pela Subcomissão Técnica das vias não identificadas do Plano de Comunicação Publicitária e Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Solução de Problema de Comunicação.

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

c) elaboração e encaminhamento, pela Subcomissão Técnica à Comissão, do relatório de julgamento dos Planos de Comunicação Publicitária, com a pontuação e de justificativa das razões que as fundamentaram em cada caso.

d) encaminhamento, pela Comissão à Subcomissão Técnica, dos **envelopes 3**;

e) elaboração e encaminhamento, pela Subcomissão Técnica à Comissão do relatório de julgamento das Propostas referentes à Capacidade de Atendimento, ao Repertório e aos Relatos de Solução de Problema de Comunicação, com as pontuações e de justificativa das razões que as fundamentaram em cada caso.

7.2.6. Se alguma Proposta Técnica for desclassificada com fundamento no subitem 8.4, a Subcomissão



Técnica atribuirá pontuação a cada quesito ou subquesito da Proposta e lançará sua pontuação em planilhas que ficarão acondicionadas em envelope fechado e rubricado no fecho pelos membros da Subcomissão Técnica, até que expire o prazo para recursos relativos a essa fase.

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

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

### **7.3 SEGUNDA SESSÃO:**

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

- a) identificação dos representantes das licitantes. Caso a empresa não tenha tido representante na sessão anterior, a licitante deverá se identificar por meio do(s) documento(s) exigido(s) no subitem 5.2;
- b) abertura do receptáculo contendo os **envelopes 2 e 4**
- c) abertura e rubrica do conteúdo do **envelope 2**, cotejo das vias não identificadas (**envelope 1**) com as vias identificadas (**envelope 2**) do Plano de Comunicação Publicitária, para identificação de sua autoria.
- d) elaboração da planilha geral com o somatório das pontuações atribuídas ao plano de comunicação publicitária e separadamente, aos demais quesitos de cada Proposta Técnica.
  - d1) Executar o sorteio previsto no subitem 8.15., quando for o caso.

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

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

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

### **7.4. TERCEIRA SESSÃO:**

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

- a) identificação dos representantes das licitantes. Caso a empresa não tenha tido representante nas sessões anteriores, a licitante deverá se identificar por meio do(s) documento(s) exigido(s) no subitem 5.2;
- b) abertura dos envelopes 4, exame e rubrica de seus conteúdos pela Comissão e representantes.
- c) julgamento das Propostas de Preço com a identificação das Propostas de menores preços, nos termos da exigência fixada no Edital, registrando em Ata as propostas em ordem de classificação.
- d) Do julgamento das propostas caberá recurso.

### **7.5. QUARTA SESSÃO:**

**7.5.1.** Decididos os recursos, ou, ainda, transcorrido o prazo para sua interposição, a Comissão de



Contratação designará nova data e horário para a sessão de recebimento e abertura dos documentos de Habilitação – **Envelope 5** das Licitantes classificadas. A sessão pública terá a seguinte pauta:

- a) identificação dos representantes das licitantes. Caso a empresa não tenha tido representante nas sessões anterior, a licitante deverá se identificar por meio do(s) documento(s) exigido(s) no subitem 5.2;
- b) recebimento e abertura dos **envelopes 5**, das licitantes classificadas e decidir sobre a habilitação, conforme previsto nos artigos 62 e seguintes da Lei 14.133/21 e exigências fixadas no Edital.
- c) caso a Comissão de Contratação julgue necessário fazer o exame internamente, encerra-se a sessão.
- d) Do resultado do julgamento habilitação e inabilitação, caberá recurso.

## 8. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS:

### A) JULGAMENTO DA PROPOSTA TÉCNICA

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

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

#### 8.2.1. Plano de Comunicação Publicitária

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

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

8.2.1.2. Estratégia de Comunicação Publicitária (máximo de 20 pontos)

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

8.2.1.3. Ideia Criativa (máximo de 20 pontos)

- a) Sua adequação ao desafio de comunicação expresso no Briefing;



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

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

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

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

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

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

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

**8.2.4. Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação (máximo de 10 pontos)**

- a) A evidência de planejamento publicitário;
- b) A consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução;



- c) A relevância dos resultados apresentados;
- d) A concatenação lógica da exposição.

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

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

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

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

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

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

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

**8.4** Será desclassificada a Proposta que:

- a) Não atender às exigências do presente Edital e de seus anexos;
- b) Obtiver pontuação zero em quaisquer dos quesitos de sua proposta técnica.
- c) tentar influenciar a Comissão ou a Subcomissão Técnica no processo de julgamento das propostas.

## **B) DA PROPOSTA DE PREÇOS**

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



Preços.

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

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

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

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

a) honorários sobre serviços externos de produção intermediados pela agência;

b) honorários sobre pesquisas e instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento como a intermediação e supervisão da agência;

c) honorários sobre formas inovadoras de comunicação publicitária com a intermediação e supervisão da agência;

d) remuneração sobre o valor da mídia digital contratada por intermédio da agência, quando o veículo não remunerar esta com o desconto de agência;

e) percentual de desconto sobre os custos internos, baseado na tabela de Custo Internos do Sindicato das Agência de Propaganda do Estado de São Paulo – SINAPRO, a ser concedido pela agência à Prefeitura Municipal de Mauá.

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

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

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

**8.11** A proposta de política de preços deverá levar em consideração que a Prefeitura efetuará o pagamento no prazo de até **15 (quinze) dias corridos**, contados a partir da data de atestação da Nota Fiscal, conforme condições estabelecidas neste edital.

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

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

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

<b>PONTOS</b>	<b>PERCENTUAL DE HONORÁRIOS</b>
20	Até 10%
18	11%
15	12%



12	13%
10	14%
05	15%

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

<b>PONTOS</b>	<b>PERCENTUAL DE HONORÁRIOS</b>
20	Até 10%
18	11%
15	12%
12	13%
10	14%
05	15%

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

<b>PONTOS</b>	<b>PERCENTUAL DE HONORÁRIOS</b>
20	Até 10%
18	11%
15	12%
12	13%
10	14%
05	15%

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

<b>PONTOS</b>	<b>PERCENTUAL DE HONORÁRIOS</b>
20	Até 15%
18	16%



15	17%
12	18%
10	19%
05	20%

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

PONTOS	DESCONTO SOBRE A TABELA DE CUSTO INTERNOS
20	De 50% ou acima de 50%
15	De 45% a 49%
12	De 40% a 44%
10	De 30% a 39%

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

NFPP= Nota final da Proposta de Preço

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

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

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

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

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

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

#### a) DO JULGAMENTO FINAL DAS PROPOSTAS

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

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

PF = Pontuação final

NFPT = Pontuação relativa à proposta técnica NFPP =



Pontuação relativa à proposta de preço

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

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

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

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

## **9. DA HABILITAÇÃO**

**9.1.** Os Documentos de habilitação serão exigidos apenas da licitante mais bem classificada no julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços, a qual será convocada para apresentá-los no dia, hora e local indicados pela Comissão de Contratação.

**9.1.1** Caso a licitante convocada não apresente os documentos de habilitação ou não atenda às exigências estabelecidas neste Edital, será inabilitada, sendo convocadas as licitantes remanescentes, na ordem de classificação.

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

**9.2.** A Comissão de Contratação analisará os documentos de habilitação e declarará habilitada a licitante que atender integralmente aos requisitos exigidos neste Edital e em seus anexos.

**9.2.1.** A Comissão de Contratação poderá realizar diligências para esclarecer ou complementar a instrução do processo, nos termos da legislação vigente.

### **9.3. DISPOSIÇÕES GERAIS SOBRE OS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO:**

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

**9.3.2.** A documentação conforme o caso deverá ser compatível com as respectivas inscrições nas esferas Federal, Estadual e Municipal, sendo vedada, na apresentação, a mesclagem dos documentos de estabelecimentos diversos (números de inscrição no C.N.P.J., I.E. e C.C.M.).

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

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

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

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



**9.3.7.** Os documentos poderão ser apresentados no original, por qualquer processo de cópia reprográfica autenticada por tabelião por força de Lei, ou a publicação em órgão da imprensa na forma da lei e serão anexados ao processo licitatório, inclusive na hipótese da apresentação de documentos originais.

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

**9.3.9.** Os documentos exigidos para habilitação, não poderão, em hipótese alguma, ser substituídos por protocolos que configurem o seu requerimento, não podendo, ainda, ser apresentados posteriormente ao prazo fixado para a abertura do certame, exceto na situação do **subitem 6.5.5.6.**

## **10. GARANTIA CONTRATUAL**

**10.1** A contratada deverá prestar garantia de execução contratual correspondente a 1% (um por cento) do valor total do contrato, nos termos dos arts. 96 e seguintes da Lei nº 14.133/2021, na assinatura do contrato ou no prazo de até 10 (dez) dias úteis, contados da assinatura do instrumento contratual.

**10.2** A garantia poderá ser prestada em uma das seguintes modalidades, a critério da contratada nas modalidades : caução o em dinheiro ou em títulos da dívida pública, seguro-garantia ou fiança bancária.

**10.3** A garantia deverá permanecer válida durante toda a vigência do contrato.

**10.4** A garantia será liberada ou restituída após o recebimento definitivo do objeto e a verificação do cumprimento integral das obrigações contratuais, desde que não haja pendências por parte da contratada.

**10.5** A garantia poderá ser utilizada para cobertura de eventuais prejuízos decorrentes do inadimplemento contratual, inclusive para pagamento de multas aplicadas à contratada.

## **11. DA ADJUDICAÇÃO, DA HOMOLOGAÇÃO, E CONTRATO:**

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

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

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

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

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

## **12. DA FISCALIZAÇÃO:**

**12.1.** A Prefeitura Municipal de Mauá designará gestor e fiscal(is) do contrato, nos termos da legislação aplicável, para acompanhamento e fiscalização da execução contratual.

**12.2.** O(s) fiscal(is) do contrato será(ão) responsável(is) por acompanhar a execução dos serviços, registrando



em relatório todas as ocorrências, deficiências, irregularidades ou falhas observadas, podendo notificar a contratada para a imediata correção.

**12.3.** O gestor do contrato será responsável pela coordenação das atividades relacionadas à fiscalização, bem como pela adoção das providências necessárias ao fiel cumprimento do contrato.

### **13. DO RECEBIMENTO DO OBJETO DO CONTRATO**

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

### **14. CONDIÇÕES DE PAGAMENTO:**

**14.1.** O pagamento será efetuado, conforme a ordem cronológica de pagamento, no prazo de até 15 (quinze) dias



corridos, fora a quinzena, contados a partir da data de atestação da Nota Fiscal, excepcionada esta ordem nas hipóteses previstas nos incisos I a V do § 1º do art. 141 da Lei nº 14.133/2021, em conformidade com o art. 147 do Decreto Municipal nº 9.527/2025.

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

**14.1.2.** A atestação da Nota Fiscal está condicionada à completa entrega e aprovação, por parte da fiscalização, dos materiais e serviços relacionados.

**14.2.** O pagamento será efetuado por crédito em conta corrente, mediante transferência bancária ou, excepcionalmente, no Departamento do Tesouro, a critério da Administração, nos termos da legislação vigente.

**14.3.** A Nota Fiscal deverá conter os dados da contratada, estar em conformidade com o objeto contratado e devidamente atestada pela fiscalização, sob pena de não realização do pagamento.

**14.4.** Para fins de liquidação e pagamento da despesa, deverão ser observadas as disposições da legislação vigente, especialmente quanto à regularidade fiscal e trabalhista da contratada.

**14.5.** Os pagamentos realizados com atraso, desde que não decorram de ato ou fato atribuível à contratada, sofrerão a incidência de atualização monetária com base na variação do IPCA-E, calculado pro rata die, acrescido de juros de mora de 1% (um por cento) ao mês, também calculados pro rata die.

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

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

## **15. PENALIDADES:**

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

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

**I** – dar causa à inexecução parcial do contrato;

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

**III** – dar causa à inexecução total do contrato;

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

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

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

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

**VIII** – apresentar declaração ou documentação falsa exigida para o certame ou prestar declaração falsa



durante a licitação ou a execução do contrato;

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

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

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

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

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

**I** – advertência;

**II** – multa;

**III** – impedimento de licitar e contratar;

**IV** – declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com a Administração Pública direta e indireta de todos os entes federativos pelo prazo mínimo de 3 (três) anos e máximo de 6 (seis) anos.

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

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

**14.2.3.** A sanção de impedimento de licitar e contratar será aplicada ao responsável pelas infrações administrativas:

**a)** dar causa à inexecução parcial do contrato que cause grave dano à Administração;

**b)** dar causa à inexecução total do contrato;

**c)** deixar de entregar a documentação exigida para o certame;

**d)** não manter a proposta, salvo em decorrência de fato superveniente devidamente justificado;

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

**f)** ensejar o retardamento da execução ou da entrega do objeto da licitação sem motivo justificado.

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

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

## **16. DOS RECURSOS:**

**16.1.** Dos atos da Administração, inclusive dos julgamentos da Proposta Técnica, da Proposta de Preços e da Habilitação, cabem recursos distintos e em momentos próprios, nos termos do art. 11, incisos VIII, X e XIII, da Lei 12.232/2010, aplicando-se subsidiariamente o art. 165, inciso I, da Lei 14.133/2021, em razão do critério da especialidade. O prazo para interposição de recursos será de 03 (três) dias úteis, contado da intimação dos atos.

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



**16.2.** Os memoriais de recurso e as contrarrazões deverão ser interpostos e entregues mediante petição devidamente fundamentada, no horário das 08h00min às 17h00min, até o último dia do prazo, na Coordenadoria de Licitações, situada no endereço Avenida João Ramalho, 205, 1º andar – Vila Noêmia – Mauá - SP.

**16.3.** Os memoriais de recurso e as contrarrazões poderão ser aceitos através do e-mail [contratos.obras@maua.sp.gov.br](mailto:contratos.obras@maua.sp.gov.br), desde que a peça recursal esteja anexada e devidamente assinado, sendo obrigatório a sua confirmação através de email.

**16.4.** Os recursos intempestivos ou apresentados em desacordo com as condições deste Edital, não terão o mérito analisado.

**16.5.** Não serão conhecidos os recursos enviados pelo correio, telex, fac-símile, ou qualquer outro meio de comunicação, se dentro dos prazos previstos em lei as petições originais não tiverem sido protocolizadas dentro dos prazos previstos em lei.

**16.6.** A Comissão de Contratação reserva-se o direito de, a qualquer momento, consultar os setores técnicos da Administração.

## **17. DISPOSIÇÕES GERAIS:**

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

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

**17.3.** Fica assegurado ao município o direito de, no interesse da Administração, anular ou revogar, a qualquer tempo, no todo ou em parte, a presente licitação, dando ciência aos participantes, na forma da legislação vigente (art. 71 da Lei 14.133/21).

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

**17.4.1.** A nulidade de procedimento licitatório induz à do contrato, ressalvado, ainda, o dispositivo citado no item 16.3.

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

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

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

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

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

**17.9.** Os demais atos relativos a esta licitação serão realizados mediante publicação na Imprensa Oficial e na divulgação do site da Prefeitura Municipal de Mauá.

**17.10.** As normas disciplinadoras desta licitação serão interpretadas em favor da ampliação da disputa, respeitada



a igualdade de oportunidade entre os participantes e desde que não comprometam o interesse público, a finalidade e a segurança da higidez do certame.

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

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

**18. FAZEM PARTE DO PRESENTE EDITAL:**

ANEXO I – Declarações

- A - Declaração de regularidade fiscal habilitatória;
- B – Declaração de isenção junto a Fazenda Pública do Estado;
- C – Declaração Geral;
- D - Declaração

ANEXO II – Modelo de Proposta de Preços;

ANEXO III – Termo de Referência;

ANEXO I TR – Briefing;

ANEXO II – Tabela Sinapro

ANEXO III – Levantamento Quantitativo Ações

ANEXO IV – Minuta de Contrato;

Mauá, 23 de Junho de 2026.

MÁRCIO PEREIRA DE SOUZA  
Secretário de Comunicação



**ANEXO I - A DECLARAÇÃO DE ISENÇÃO**

**ESTADO - MODELO**

**À Prefeitura Municipal de Mauá**

**Concorrência nº 01/2026**

**Processo Administrativo nº 6359/2025**

**Objeto: Contratação de agência de publicidade, propaganda e marketing**

A (nome da empresa) ....., com sede à (endereço completo) ....., CNPJ nº .....,  
DECLARA, sob as penas da lei e por ser expressão da verdade, que esta isenta e/ou não incide tributos  
estaduais, não possuindo, portanto, débitos junto à Fazenda Pública do Estado ..... (do  
domicílio ou sede da licitante)

Local e data

Nome, R.G, cargo e assinatura do responsável pela empresa.



**ANEXO I - B DECLARAÇÃO DE ISENÇÃO MUNICÍPIO**

**MODELO**

**À Prefeitura Municipal de Mauá**  
**Concorrência nº 01/2026**  
**Processo Administrativo nº 6359/2025**  
**Objeto: Contratação de agência de publicidade, propaganda e marketing**

A (nome da empresa) ....., com sede à (endereço completo) ....., CNPJ nº .....,  
DECLARA, sob as penas da lei e por ser expressão da verdade, que não esta cadastrada (inscrita), não possuindo,  
portanto, débitos mobiliários junto à Fazenda Pública do Município de ..... (do domicílio ou sede da licitante)

Local e data

Nome, R.G, cargo e assinatura do responsável pela empresa.



**ANEXO I- C**

**À**  
**PREFEITURA DO MUNICÍPIO DE MAUÁ**  
**Ref.: Concorrência nº 01/2026**  
**P.C. Nº 6359/2025**  
**Objeto: Contratação de agência de publicidade, propaganda e marketing**

**Declaração Geral**

A \_\_\_\_\_ (Razão social), inscrita no CNPJ sob nº \_\_\_\_\_.\_\_\_\_\_/\_\_\_\_\_-\_\_, por intermédio de seu representante legal o Sr(a) \_\_\_\_\_, portador do CPF nº \_\_\_\_\_, **DECLARA QUE:**

01. Concorde integralmente com os termos do edital e seus anexos;
02. Atende a todos aos requisitos de habilitação, e assume total responsabilidade pela veracidade das informações prestadas, na forma da Lei ( art. 63,I, da Lei 14.133/2021) ;
03. Está apta a disputar a licitação e que não se enquadra em nenhuma das proibições dispostas no art. 14º, da Lei Federal 14.133/2021 ou nos termos do item 2.3 do Edital;
04. Não mantém vínculo de natureza técnica, comercial, econômica, financeira, trabalhista ou civil com dirigente do órgão ou entidade contratante ou com agente público que desempenhe função na licitação ou atue na fiscalização ou na gestão do contrato, ou que deles seja cônjuge, companheiro ou parente em linha reta, colateral, ou por afinidade, até terceiro grau;
05. Para fins do disposto no inciso VI do art. 68 da Lei Federal nº 14.133/2021 e inciso XXXIII, do artigo 7º da Constituição Federal, não emprega menor de dezoito anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre e não emprega menor de dezesseis anos, salvo, a partir de quatorze anos, na condição de aprendiz;
06. Até a presente data inexistem fatos supervenientes impeditivos para sua habilitação no presente processo licitatório, ciente da obrigatoriedade de declarar ocorrências posteriores;
07. Não se encontra declarada inidônea, nem suspensa ou impedida de licitar e contratar com a Administração Pública;
08. Para fins do disposto no inciso §1º do art. 63 da Lei Federal nº 14.133/2021, a proposta apresentada compreende a integralidade dos custos para atendimento dos direitos trabalhistas assegurados na Constituição Federal, nas leis trabalhistas, nas normas infralegais, nas convenções coletivas de trabalho e nos termos de ajustamento de conduta vigentes na data de sua entrega, sob pena de desclassificação;
09. Cumpre as exigências de reserva de cargos para pessoa com deficiência e para reabilitado da Previdência Social, conforme disposto no inciso IV do art. 63 da Lei Federal nº 14.133/2021;
10. Não possui, em sua cadeia produtiva, empregados executando trabalho degradante ou forçado, observando o disposto nos incisos III e IV do artigo 1º e no Inciso III do Art. 5º todos da Constituição Federal e;
11. Não possui débitos junto a Prefeitura do Município de Mauá;
12. Assume total responsabilidade pelas informações prestadas e, em qualquer tempo, exime o ora contratante de quaisquer ônus civil e penal que lhe possa acarretar;
13. Caso seja declarada vencedora, atenderá as disposições da Lei Federal nº 13.709, de 14 de agosto de 2018 (Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais), e alterações, quando do tratamento de dados pessoais e dados pessoais sensíveis a que tenha acesso, para o propósito de execução e acompanhamento do Contrato, não podendo divulgar, revelar, produzir, utilizar ou deles dar conhecimento a terceiros estranhos a esta contratação, a não ser por força de obrigação legal ou regulatória.

Por ser expressão da verdade, firmo a presente declaração

\_\_\_\_\_ (local) \_\_\_\_\_, \_\_ de \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_  
(Nome completo / cargo ou função e assinatura do representante legal)



**ANEXO I- D**

**DECLARAÇÃO**

**MODELO**

**À Prefeitura Municipal de Mauá**

**Concorrência nº 01/2026**

**Processo Administrativo nº 6359/2025**

**Objeto: Contratação de agência de publicidade, propaganda e marketing**

A (Empresa) inscrita no CNPJ n. ....por intermédio de seu representante o(a) Sr(a) ..... , portador (a) da Carteira de Identidade RG.

N. .... e do CPF ..... , DECLARA sob as penas da Lei:

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

Local, data, nome, R.G, cargo e assinatura do representante legal.



ANEXO II MODELO - PROPOSTA DE PREÇO

CONCORRÊNCIA Nº 01/2026

PROCESSO Nº 6359/2025

Objeto: Contratação de empresa de publicidade, propaganda e marketing

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

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

Declaramos que, na vigência do contrato decorrente da Concorrência n. xxx/2026 promovida pela Prefeitura Municipal de Mauá, serão cobrados os seguintes honorários:

- a) Honorários de .....% (.....por cento) sobre serviços externos de produção e outros, incumbidos a terceiros, com a intermediação e sob supervisão da agência;
- b) Honorários de .....% (.....por cento) sobre pesquisas e instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento, com a intermediação e supervisão da agência;
- c) Honorários de .....% (.....por cento) sobre formas inovadoras de comunicação publicitária com a intermediação e supervisão da agência.
  
- d) Remuneração de .....% (..... por cento) do valor da mídia digital contratada com a intermediação da agência, nos casos em que os veículos não remunerem a agência pelo desconto de agência, na forma do disposto no artigo 11 da Lei 4.680/65.
  
- e) Desconto a ser concedido à Prefeitura de ..... sobre os custos internos, baseados na tabela referencial de custos internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de .....%(. por cento);

1) Ficam definidos, **sem estarem sujeitos à pontuação**, os percentuais máximos a serem pagos pela Prefeitura:

- a) Remuneração de até 100% (cem por cento) aos Atores e modelos, sobre o cachê original, pelos direitos de uso de imagem e som de voz, na reutilização de peças por período igual ao inicialmente pactuado.
- b) Remuneração de até 100% (cem por cento) aos detentores dos direitos patrimoniais de uso de obras consagradas, incorporadas às peças e campanhas publicitárias realizadas, na reutilização destas por período igual ao inicialmente pactuado.

- 2) Declaramo-nos cientes de que a Prefeitura Municipal de .....procederá à retenção de tributos e contribuições nas situações previstas em lei.
- 3) Informamos conhecer e aceitar as disposições alusivas a direitos autorais estabelecidas no subitem 12.3.
- 4) Declaramos que comprometemos em envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores de serviços especializados e veículos, quando for o caso, transferindo à PREFEITURA as vantagens obtidas.

<b>LOCAL:</b>	<b>DATA:</b>
---------------	--------------

<b>Nome do REPRESENTANTE:</b>	
<b>RG:</b>	<b>CPF:</b>
<b>Assinatura do REPRESENTANTE:</b>	

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