



ESTADO DE SÃO PAULO

Câmara Municipal de Ilha Solteira

PODER LEGISLATIVO MUNICIPAL

EDITAL DE LICITAÇÃO

CONCORRÊNCIA Nº 001/2026	
OBJETO	A presente licitação tem por objeto a contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agência de propaganda, abrangendo o conjunto de atividades realizadas de forma integrada, cujo propósito é o estudo, planejamento, conceituação, criação, execução interna, intermediação, supervisão da execução externa e distribuição de ações publicitárias junto a públicos de interesse da Câmara Municipal de Ilha Solteira/SP, conforme condições, quantidades e exigências estabelecidas neste Edital e seus anexos.
PROCESSO ADMINISTRATIVO N.	008/2026
DATA E HORÁRIO DA ABERTURA DA SESSÃO PÚBLICA	15/12/2026 às 10h00min (Horário de Brasília-DF)
SESSÃO PRESENCIAL	Câmara Municipal de Ilha Solteira/SP - Av. Brasil Norte, nº 1670, Zona Norte – Ilha Solteira/SP - CEP: 15385-136.
PREFERÊNCIA POR ME/EPP/EQUIPARADAS	DESTINAÇÃO EXCLUSIVA ME/EPP/equiparadas: ☐ SIM ☒ NÃO AMPLA CONCORRÊNCIA: ☒ SIM ☐ NÃO PREFERÊNCIA LOCAL/REGIONAL: ☐ SIM ☒ NÃO RESERVA DE COTAS ME/EPP: ☐ SIM ☒ NÃO
REGÊNCIA LEGAL	Lei nº 12.232, de 29 de abril de 2010, Lei nº 4.680, de 18 de junho de 1965, Lei nº 14.133, de 1º de abril de 2021, e demais legislações aplicáveis.
VALOR ESTIMADO TOTAL DA CONTRATAÇÃO	R\$ 200.000,00 (duzentos mil reais).
CRITÉRIO JULGAMENTO DE	TÉCNICA E PREÇO
MODO DE DISPUTA	Fechado
INFORMAÇÕES COMPLEMENTARES	O Edital e seus anexos poderão ser obtidos através do endereço eletrônico https://www.cmilhasolteira.sp.gov.br/ ;





ESTADO DE SÃO PAULO

Câmara Municipal de Ilha Solteira

PODER LEGISLATIVO MUNICIPAL

EDITAL DE LICITAÇÃO CONCORRÊNCIA Nº 001/2026

A CÂMARA MUNICIPAL DE ILHA SOLTEIRA/SP, por meio do Setor de Licitações, sediada na Av. Brasil Norte, nº 1670, Zona Norte – Ilha Solteira/SP - CEP: 15385-136, **torna público** para conhecimento dos interessados que, realizará licitação, na modalidade **CONCORRÊNCIA**, na forma **PRESENCIAL**, com critério de julgamento do tipo **TÉCNICA E PREÇO**, visando a contratação de agência de propaganda, em conformidade ao que determina a Lei Federal nº 12.232/10, a Lei Federal nº 14.133/21, a Lei Federal nº 4.680/65, o Decreto nº 57.690/66 e o Decreto nº 4.563/02; as Normas-Padrão da Atividade Publicitária tuteladas pelo CENP - Conselho Executivo das Normas-Padrão e as disposições deste Edital.

LOCAL: CÂMARA MUNICIPAL DE ILHA SOLTEIRA - SP

DATA DA PRIMEIRA SESSÃO: 15/12/2026

HORÁRIO: 10:00 (Horário Oficial de Brasília)

Os ENVELOPES nº 01 - PROPOSTA TÉCNICA - PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA - **via não identificada**, nº 02 - PROPOSTA TÉCNICA - PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA - via identificada, nº 03 - CONJUNTO DE INFORMAÇÕES - via identificada, nº 04 - PROPOSTA DE PREÇOS - via identificada, deverão ser entregues conjuntamente no início da sessão no dia e horário acima designados, e, o ENVELOPE nº 05 - HABILITAÇÃO, deverá ser entregue no julgamento final das propostas apenas pelos licitantes classificados conforme artigo 11, XI, da Lei 12.232/10.

Os interessados poderão examinar gratuitamente o presente Edital e seus anexos nos dias úteis, no horário das 08:00h às 13:30 horas (Horário de Brasília), no Setor de Licitações, ou solicitá-lo através do e-mail: licitacao@cmilhasolteira.sp.gov.br.

A participação da licitante no processo licitatório implica em expressa concordância aos termos deste Edital.

1. DO OBJETO

1.1. O objeto da presente licitação é a contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agência de propaganda, abrangendo o conjunto de atividades realizadas de forma integrada, cujo propósito é o estudo, planejamento, conceituação, criação, execução interna, intermediação, supervisão da execução externa e distribuição de ações publicitárias junto a públicos de interesse da Câmara Municipal de Ilha Solteira/SP.

1.2. A contratada deverá prestar os serviços de natureza contínua nos setores de publicidade e propaganda para executar um conjunto de atividades realizadas





integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição e veiculação de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o objetivo de difundir ideias ou informar o público em geral. Como atividades complementares, os serviços especializados pertinentes ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento sobre o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas; à produção e à execução técnica das peças e projetos publicitários criados; à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando à expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias no assessoramento e apoio no desenvolvimento e execução em ações de comunicação.

1.3. Os serviços acima indicados serão concretizados em conformidade com o Termo de Referência (Anexo II) e através de:

- 1.3.1. apoio na execução de ações de divulgação e de promoção;
- 1.3.2. estudo, concepção, execução e distribuição de peças e campanhas publicitárias e materiais de cunho informativo e/ou educativo, impressos e eletrônicos;
- 1.3.3. programas de comunicação institucional;
- 1.3.4. programa de apoio informativo, relativo a eventos de interesse da Câmara Municipal de Ilha Solteira;
- 1.3.5. comunicados em geral;
- 1.3.6. desenvolvimento de pesquisas de opinião;
- 1.3.7. desenvolvimento de produtos e serviços;
- 1.3.8. elaboração de marcas, expressões de propaganda, logotipos e de outros elementos de programação visual;
- 1.3.9. demais iniciativas no campo da informação, da divulgação, da publicidade e da propaganda;
- 1.3.10. Produção e edição de vídeos contendo: captação de imagens interna e externa; gravação em áudio de históricos e/ou similares; gravação de vídeos em forma de entrevista, edições e tratamento de imagens e demais materiais áudio/visual conforme a necessidade do cliente.

1.4. Os serviços de publicidade e propaganda terão caráter educativo informativo ou de orientação social relativos às ações do Legislativo Municipal. A política de comunicação social do órgão tem como princípios a informação e transparência dos procedimentos efetivados, a eficiência e a racionalidade na aplicação dos recursos e a avaliação sistemática dos resultados.





1.5. Os serviços somente poderão ser iniciados mediante a ordem de serviço específica para cada campanha, emitida pela contratante, com a devida descrição do trabalho a ser realizado.

1.6. As autorizações de fornecimento para serviços externos deverão conter a natureza dos serviços que serão prestados, prazo de execução e/ou entrega, assim como o valor máximo da campanha, e somente serão emitidas mediante a apresentação pela contratada de 03 orçamentos obtidos entre fornecedores distintos ou justificando a impossibilidade de assim proceder.

1.7. A execução dos serviços será remunerada pelos custos de criação e produção decorrentes dos trabalhos de produção interna (serviços internos) executados pela agência de propaganda, calculados de acordo com o desconto proposto sobre os preços da Tabela do Sindicato das Agências de Propaganda de São Paulo ofertado pela proponente na respectiva proposta.

1.8. A verba máxima a ser disponibilizada para os serviços contratados é de até R\$ 200.000,00 (duzentos mil reais).

1.9. A agência não poderá subcontratar outra agência de propaganda para a execução de serviços previstos no subitem 1.1, que lhe sejam afetos nos termos do art. 122, § 2º da Lei nº 14.133/21.

1.10. A agência atuará por ordem e conta da Câmara Municipal de Ilha Solteira/SP, em conformidade com o art. 3º, da Lei nº 4.680/65, na contratação de:

a) veículos e outros meios de divulgação para compra de tempo e espaço publicitário para veiculação dos trabalhos previstos;

b) fornecedores de serviços especializados para a produção e a execução técnica das peças, campanhas e materiais, além de serviços conexos e complementares.

2. DA PARTICIPAÇÃO

2.1. Poderá participar desta licitação a empresa que:

2.1.1. Atender as condições previstas neste Edital e apresentar os documentos nele exigidos;

2.1.2. Tenha objeto social pertinente e compatível com o objeto licitado;

2.1.3. Seja devidamente qualificada como agência de propaganda, nos termos do disposto no artigo 3º da Lei Federal nº 4.680/65, legalmente constituída, e que tenha obtido o certificado de qualificação técnica de funcionamento, nos termos do artigo 4º da Lei nº 12.232/2010.

2.1.4. Não tenha sido declarada inidônea para licitar ou contratar com órgão, entidade ou sociedade integrante da Administração Pública, direta e indireta, Federal, Estadual ou Municipal.

2.1.4.1. A verificação de eventual enquadramento na situação de que trata o subitem 2.1.4, será realizada mediante consulta ao:





ESTADO DE SÃO PAULO

Câmara Municipal de Ilha Solteira

PODER LEGISLATIVO MUNICIPAL

a) Cadastro Nacional de Empresas Inidôneas e Suspensas - CEIS, mantido pela Controladoria-Geral da União (<https://www.portaltransparencia.gov.br/sancoes/ceis>);

b) Cadastro Nacional de Empresas Punidas – CNEP, mantido pela Controladoria-Geral da União (<https://www.portaltransparencia.gov.br/sancoes/cnep>);

2.2. Será admitida, em todas as etapas da licitação, a presença de no máximo um representante de cada proponente.

2.3. É vedada a participação de interessados nas seguintes situações:

2.3.1. empresas estrangeiras que não funcionem no País;

2.3.2. interessados cuja falência tenha sido decretada;

2.3.3. autor do anteprojeto, do projeto básico ou do projeto executivo, pessoa física ou jurídica, quando a licitação versar sobre obra, serviços ou fornecimento de bens a ele relacionados;

2.3.4. empresa, isoladamente ou em consórcio, responsável pela elaboração do projeto básico ou do projeto executivo, ou empresa da qual o autor do projeto seja dirigente, gerente, controlador, acionista ou detentor de mais de 5% (cinco por cento) do capital com direito a voto, responsável técnico ou subcontratado, quando a licitação versar sobre obra, serviços ou fornecimento de bens a ela necessários;

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

2.3.6. 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;

2.3.7. empresas controladoras, controladas ou coligadas, nos termos da Lei Federal nº 6.404, de 15 de dezembro de 1976, concorrendo entre si;

2.3.8. 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;

2.3.9. agente público do órgão ou entidade licitante, 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 Federal nº 14.133, de 2021, bem como terceiro que auxilie na condução da contratação na qualidade de integrante de equipe de apoio, profissional especializado ou funcionário ou representante de empresa que presta assessoria técnica, conforme art. 9º, § 2º;





2.3.10. Organizações da Sociedade Civil de Interesse Público - OSCIP, atuando nessa condição;

2.3.11. pessoas jurídicas reunidas em consórcio, qualquer que seja sua forma de constituição, por não ser necessária a coparticipação de duas ou mais agências em consórcio. A criação e produção publicitária é realizada pela equipe técnica da agência de publicidade, que atua de forma concatenada, desde a concepção da peça/campanha publicitária, mediante o desenvolvimento de planejamento prévio, de pesquisas quanto ao público-alvo, o mercado e os meios de comunicação, não sendo aconselhável que tais serviços sejam desenvolvidos por equipes diferentes de agências em consórcio. Torna-se não só desnecessária, como inconveniente a prestação de tais serviços através de consórcio de agências;

2.3.12. agências integrantes de um mesmo grupo, assim entendidas, para efeito deste Edital, aquelas que tenham diretores ou sócios em comum;

2.3.13. licitante que atue em substituição a outra pessoa, física ou jurídica, com o intuito de burlar a efetividade da sanção a ela aplicada, inclusive a sua controladora, controlada ou coligada, desde que devidamente comprovado o ilícito ou a utilização fraudulenta da personalidade jurídica do licitante;

2.3.14. pessoa jurídica cujo ramo de atividade previsto em estatuto ou contrato social não seja pertinente e compatível com o objeto desta licitação.

2.3.15. que não possuam o Certificado de Capacitação Técnica expedido pelo Conselho Executivo das Normas-Padrão – CENP ou por entidade equivalente legalmente reconhecida como fiscalizadora e certificadora das condições técnicas de agências de propaganda, conforme disposto no § 1º do art. 4º da Lei nº 12.232/2010;

2.3.16. pessoas físicas.

2.4. A participação na presente concorrência implica, tacitamente, para a licitante:

a) a aceitação plena e irrevogável de todos os termos, cláusulas e condições constantes deste Edital e de seus anexos;

b) a observância dos preceitos legais e regulamentares em vigor; e

c) a responsabilidade pela fidelidade e legitimidade das informações e dos documentos apresentados em qualquer fase do processo.

2.5. A licitante assume todos os custos de elaboração e apresentação das propostas e documentos de habilitação exigidos nesta Concorrência, independentemente da condução ou do resultado da licitação.

2.6. Para se manifestar nas fases do procedimento licitatório, as participantes poderão credenciar um representante (procurador), por instrumento público de procuração ou por procuração particular, dispensada esta exigência quando estiver presente o representante legal da mesma (exemplo: sócio, proprietário, dirigente), assim comprovado mediante apresentação de cópia simples legível do ato constitutivo.





Participação de Microempresa e Empresa de Pequeno Porte

2.7. Não poderá se beneficiar do tratamento jurídico diferenciado destinado às microempresas e empresas de pequeno porte, o interessado:

2.7.1. de cujo capital participe outra pessoa jurídica;

2.7.2. que seja filial, sucursal, agência ou representação, no País, de pessoa jurídica com sede no exterior;

2.7.3. de cujo capital participe pessoa física que seja inscrita como empresário ou seja sócia de outra empresa que receba tratamento jurídico diferenciado nos termos da Lei Complementar nº 123/2006, desde que a receita bruta global ultrapasse o limite de que trata o inciso II do caput do art. 3º da referida lei;

2.7.4. cujo titular ou sócio participe com mais de 10% (dez por cento) do capital de outra empresa não beneficiada por esta Lei Complementar, desde que a receita bruta global ultrapasse o limite de que trata o inciso II do caput do art. 3º da Lei Complementar nº 123/2006;

2.7.5. cujo sócio ou titular seja administrador ou equiparado de outra pessoa jurídica com fins lucrativos, desde que a receita bruta global ultrapasse o limite de que trata o inciso II do caput do art. 3º da Lei Complementar nº 123/2006;

2.7.6. constituído sob a forma de cooperativas, salvo as de consumo;

2.7.7. que participe do capital de outra pessoa jurídica;

2.7.8. que exerça atividade de banco comercial, de investimentos e de desenvolvimento, de caixa econômica, de sociedade de crédito, financiamento e investimento ou de crédito imobiliário, de corretora ou de distribuidora de títulos, valores mobiliários e câmbio, de empresa de arrendamento mercantil, de seguros privados e de capitalização ou de previdência complementar;

2.7.9. resultante ou remanescente de cisão ou qualquer outra forma de desmembramento de pessoa jurídica que tenha ocorrido em um dos 5 (cinco) anos-calendário anteriores;

2.7.10. constituído sob a forma de sociedade por ações;

2.7.11. cujos titulares ou sócios guardem, cumulativamente, com a contratante do serviço, relação de pessoalidade, subordinação e habitualidade.

2.7.12. que celebrou contratos com a Administração Pública cujos valores extrapolam a receita bruta máxima admitida para fins de enquadramento como empresa de pequeno porte.

2.8. Consoante art. 43 da Lei Complementar nº 123/06, as Microempresas (MEs) e Empresas de Pequeno Porte (EPPs) deverão apresentar toda a documentação exigida para efeito de comprovação de regularidade fiscal e trabalhista, mesmo que esta apresente alguma restrição.





2.8.1. Consoante § 1º do art. 43 da Lei Complementar nº 123/06, havendo alguma restrição na comprovação da regularidade fiscal e trabalhista das Microempresas (MEs) e Empresas de Pequeno Porte (EPPs), será assegurado o prazo de 5 (cinco) dias úteis, prorrogáveis por igual período, a critério da Agente de Contratação e Equipe de Apoio, para regularização da documentação, cujo termo inicial corresponderá ao momento em que a proponente for declarada vencedora do certame, para a regularização da documentação, pagamento ou parcelamento do débito, e emissão de eventuais certidões negativas ou positivas com efeito de certidão negativa.

2.8.2. A não regularização da documentação, no prazo previsto no item anterior, implicará na decadência do direito à contratação, sem prejuízo das sanções previstas no art. 155 da Lei Federal nº 14.133/2021, sendo facultada a convocação da(s) licitante(s) remanescente(s), na ordem de classificação, para fazê-lo em igual prazo e nas mesmas condições propostas pela primeira classificada, inclusive quanto ao preço, para a assinatura do contrato, ou revogar a licitação.

2.9. Para fins de aplicação do direito de preferência previsto nos arts. 44 e 45 da Lei Complementar nº 123/2006, serão consideradas em situação de empate ficto as propostas apresentadas por Microempresas (MEs) ou Empresas de Pequeno Porte (EPPs) cuja pontuação final, resultante da ponderação entre as notas técnica e de preço, seja igual ou até 10% (dez por cento) inferior à pontuação final da proposta mais bem classificada, desde que esta não tenha sido apresentada por ME ou EPP.

2.9.1. A Microempresa (ME) ou Empresa de Pequeno Porte (EPP) melhor classificada nos termos do item 2.9, poderá apresentar nova proposta de preço, de forma que sua pontuação final venha a ser superior à da licitante melhor classificada.

2.9.2. A Microempresa (ME) ou Empresa de Pequeno Porte (EPP) melhor classificada nos termos do item 2.9 não poderá apresentar novas propostas técnicas, compreendidas estas o Plano de Comunicação Publicitária e o Conjunto de Informações, sendo que sua nova proposta será tão somente no quesito preço.

2.9.3. Consoante inciso II do art. 45 da Lei Complementar nº 123/06, em não havendo interesse da Microempresa (ME) ou Empresa de Pequeno Porte (EPP) melhor classificada em apresentar nova proposta de preço, serão convocadas as remanescentes que se enquadrarem nesta hipótese, respeitada a ordem classificatória, para que exerçam o mesmo direito.

3. DO CREDENCIAMENTO

3.1. A empresa participante deste processo licitatório que enviar representante legal deverá, no momento da abertura da sessão, apresentar-se a Agente de Contratação e Equipe de Apoio para efetuar seu credenciamento como participante desta licitação, apresentando os seguintes documentos, necessários para a formulação de propostas e para a prática de todos os demais atos inerentes ao certame:

3.1.1. Instrumento procuratório ou Carta de Credenciamento dos quais conste, no mínimo, os poderes para representar a empresa neste processo licitatório, assinar





ESTADO DE SÃO PAULO

Câmara Municipal de Ilha Solteira

PODER LEGISLATIVO MUNICIPAL

propostas e declarações, interpor recursos ou deles desistir, assumir compromissos de toda ordem e renunciar a prazos processuais;

3.1.1.1 Caso o representante seja sócio, proprietário ou dirigente da empresa proponente deverá apresentar cópia do ato constitutivo ou do contrato social, no qual estejam expressos seus poderes para exercer direitos e assumir obrigações em decorrência de tal investidura;

3.1.1.2. Cópia da cédula de identidade ou Carteira Nacional de Habilitação (CNH);

3.1.1.3. Original ou cópia autenticada do Ato constitutivo ou Contrato Social em vigor, **devidamente registrado e atualizado com todas as suas alterações e/ou consolidação**, em se tratando de sociedades comerciais e, no caso de sociedades por ações, acompanhado de documentos de eleição de seus administradores;

3.1.1.3.1. No ato constitutivo deverá estar contemplada, dentre os objetivos sociais, a atividade que autorize a exploração/comercialização dos produtos ou serviços exigidos no objeto deste edital;

3.1.1.4. Decreto de autorização, em se tratando de empresa ou sociedade estrangeira em funcionamento no país;

3.1.1.5. Certidão simplificada expedida pela junta comercial ou registro de pessoa jurídica expedido pelo cartório comprovando a situação de enquadramento como Microempresa ou Empresa de Pequeno Porte ou Declaração, podendo utilizar-se do modelo constante no ANEXO VI deste edital.

3.1.1.5.1. A falsidade de declaração prestada objetivando os benefícios da Lei Complementar nº 123/2006, caracterizará infração de que trata o art. 155, VIII, da Lei Federal nº 14.133/2021, sem prejuízo do enquadramento em outras figuras penais e de sanções administrativas previstas neste Edital.

3.1.1.6. Declaração de que está ciente e concorda com as condições contidas no Edital e seus anexos, bem como de que cumpre plenamente os requisitos de habilitação, podendo utilizar-se do modelo unificado constante no ANEXO VIII;

3.2. O não comparecimento do titular e/ou do representante credenciado não enseja a inabilitação, nem a desclassificação do Licitante, desde que a documentação constante dos envelopes de proposta e habilitação comprovem a legitimidade do respectivo subscritor. A empresa que não se fizer representar, participará do certame apenas com a sua proposta escrita.

3.3. Será admitido somente 1 (um) representante por Licitante. Nenhuma pessoa física, ainda que credenciada por procuração legal, poderá representar mais de uma empresa.

3.4. Não será permitido o credenciamento de menores de 18 (dezoito) anos, exceto se emancipados.





3.5. Durante os trabalhos, só será permitida a manifestação oral ou escrita do representante legal ou credenciado da empresa, cujas declarações obrigarão a Licitante, administrativa e civilmente.

3.6. O prazo para credenciamento encerra-se no momento da abertura dos envelopes contendo as propostas.

3.7. O prazo para credenciamento e início da abertura da sessão poderá, excepcionalmente e mediante justificativa, ser prorrogado pela Agente de Contratação.

4. DA ENTREGA E FORMA DE APRESENTAÇÃO DOS ENVELOPES

4.1. A presente Licitação será realizada em três fases, assim discriminadas:

- a) Proposta Técnica;
- b) Proposta de Preços;
- c) Habilitação.

4.2. As propostas técnicas e de preços e os documentos de habilitação deverão ser apresentados em envelopes distintos e separados, na forma a seguir discriminada, sendo que o **Envelope nº 1 será apresentado sem fechamento (aberto), e os demais serão fechados e rubricados no fecho.**

4.2.1. O envelope será padronizado e fornecido previamente pela Câmara Municipal de Ilha Solteira/SP, sem nenhum tipo de identificação, não se admitindo a apresentação de outro tipo de envelope pelos licitantes;

4.2.2. O Envelope nº 1 conterá: o Plano de Comunicação Publicitária – **Via Não Identificada**, não podendo ter nenhuma identificação na parte externa, bem como em seu conteúdo, para preservar, até a abertura do Envelope nº 2, o sigilo quanto à autoria do Plano de Comunicação Publicitária;

4.2.3. O Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada deverá ser apresentado conforme descrições constantes deste Edital e do Termo de Referência;

4.2.4. Não será recebido o Envelope nº 1 que tenha sido danificado no manuseio/transporte ou deformado pelas peças e demais documentos nele acondicionados.

4.2.5. O **Envelope nº 1**, via não identificada, deverá ser retirado pela interessada, de segunda a sexta-feira das 08h às 13h30, e/ou no dia da primeira sessão, até o horário limite de 09h59m, Junto à Agente de Contratação e Equipe de Apoio, na sede da Câmara Municipal, no seguinte endereço: Av. Brasil Norte, nº 1670, Zona Norte – Ilha Solteira/SP.

4.2.5.1. A Câmara Municipal de Ilha Solteira não enviará o envelope relativo à via não identificada via correios.





ESTADO DE SÃO PAULO

Câmara Municipal de Ilha Solteira

PODER LEGISLATIVO MUNICIPAL

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

4.3. Envelope nº 2: Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada, contendo no anverso os seguintes dizeres:

PROPOSTA TÉCNICA (ENVELOPE Nº 2) – PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA
CÂMARA MUNICIPAL DE ILHA SOLTEIRA/SP
CONCORRÊNCIA Nº XX/2026
NOME DA LICITANTE
(Razão Social) CNPJ

4.3.1. A via identificada do Plano de Comunicação Publicitária terá o mesmo teor da via não identificada, sem os exemplos de peças referentes à ideia criativa.

4.3.2. O **Envelope nº 2** deverá ser 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.

4.3.3. O Plano de Comunicação Publicitária com a via identificada que constará no Envelope nº 2 (sem os exemplos de peças referentes à ideia criativa), deverá estar datado e assinado na última página e rubricado nas demais por quem detenha poderes de representação da licitante na forma de seus atos constitutivos.

4.4. Envelope nº 3: Conjunto de informações, contendo no anverso os seguintes dizeres:

PROPOSTA TÉCNICA (ENVELOPE Nº 3) – CONJUNTO DE INFORMAÇÕES
CÂMARA MUNICIPAL DE ILHA SOLTEIRA/SP
CONCORRÊNCIA Nº XX/2026
NOME DA LICITANTE
(Razão Social) CNPJ

4.4.1. O Envelope nº 3 será 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;

4.4.2. Os documentos deverão conter identificação da licitante e data, além da assinatura e/ou rubrica em todas as folhas;

4.4.3. O Envelope nº 3 e os documentos nele acondicionados não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, e que permita identificar a autoria deste antes da abertura do Envelope nº 2, sob pena de desclassificação da licitante.





ESTADO DE SÃO PAULO

Câmara Municipal de Ilha Solteira

PODER LEGISLATIVO MUNICIPAL

4.5. Envelope nº 4: Proposta de Preços, deverá ser apresentada, contendo no anverso os seguintes dizeres:

PROPOSTA DE PREÇOS (ENVELOPE Nº 4)
CÂMARA MUNICIPAL DE ILHA SOLTEIRA/SP
CONCORRÊNCIA Nº XX/2026
NOME DA LICITANTE
(Razão Social) CNPJ

4.5.1. O Envelope nº 4 será 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;

4.5.2. As Propostas de Preços deverão ser apresentadas em papel que identifique a licitante, numeradas sequencialmente, redigidas em língua portuguesa, com clareza, sem emendas ou rasuras, datadas e assinadas.

4.5.3. A Proposta de Preços deverá, obrigatoriamente, seguir o modelo constante no Anexo IV do Edital.

4.6. Os Envelopes nº 1, 2, 3 e 4 deverão ser entregues à Agente de Contratação e Equipe de Apoio no Setor de Licitações, sediada na Av. Brasil Norte, nº 1670, Zona Norte – Ilha Solteira/SP - CEP: 15385-136, Ilha Solteira/SP, até o dia e horário estipulado para a abertura da 1ª sessão pública.

4.7. Envelope nº 5: Documentos de Habilitação deverão ser apresentados contendo no anverso os seguintes dizeres:

DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO (ENVELOPE Nº 5)
CÂMARA MUNICIPAL DE ILHA SOLTEIRA/SP
CONCORRÊNCIA Nº XX/2026
NOME DA LICITANTE
(Razão Social) CNPJ

4.7.1. O Envelope nº 5 será 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;

4.7.2. O Envelope nº 5 deverá ser entregue em data futura, depois da classificação final das licitantes, em sessão pública que será previamente marcada e anunciada pela Agente de Contratação e Equipe de Apoio, no correio eletrônico (e-mail) informado pelas licitantes, no Semanário Oficial Eletrônico e no sítio eletrônico da Câmara Municipal de Ilha Solteira/SP.

4.8. Os envelopes poderão ser enviados via Correios aos cuidados da Agente de Contratação e Equipe de Apoio da Câmara Municipal de Ilha Solteira, na Av. Brasil





ESTADO DE SÃO PAULO

Câmara Municipal de Ilha Solteira

PODER LEGISLATIVO MUNICIPAL

Norte, nº 1670, Zona Norte – Ilha Solteira/SP - CEP: 15385-136, respeitando todos os requisitos ditados por este Edital, **até a data e horário da abertura da sessão.**

5. DA PROPOSTA TÉCNICA

5.1. A Subcomissão Técnica será designada por portaria, conforme art. 10 da Lei Federal nº 12.232/2010, e será responsável pela análise das Propostas Técnicas apresentadas pelas licitantes exclusivamente em versão não identificada.

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

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

I. Plano de Comunicação Publicitária

O Plano de Comunicação Publicitária deverá ser constituído por caderno específico composto dos subquesitos Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia, elaborado com base no briefing anexo e nas orientações do Edital.

Deverá ser elaborado em 02 (duas) vias, quais sejam:

- Plano de Comunicação Publicitária – **Via Não Identificada**: não poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que possibilite, por si só, a identificação de sua autoria antes da abertura do invólucro nº 2.
- Plano de Comunicação Publicitária – **Via Identificada**: deverá constituir-se em exemplar com o mesmo conteúdo da Via Não Identificada – sem os exemplos de peças e ou material da Ideia Criativa e conter a identificação da licitante, assim como data e assinatura na última página e rubrica nas demais.

SUBQUESITOS:

Raciocínio Básico é um subquesito que deverá ser desenvolvido por meio de texto, gráfico e/ou tabela no qual a licitante fará um diagnóstico das necessidades de





comunicação publicitária da Câmara, sua compreensão sobre o objeto da licitação e, principalmente, sobre o desafio de comunicação expresso no briefing.

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

- I. explicitação e defesa do partido temático e do conceito que, de acordo com seu raciocínio básico, devem fundamentar a proposta de solução publicitária;
- II. explicitação e defesa dos principais pontos da Estratégia de Comunicação Publicitária sugerida, especialmente o que dizer, a quem dizer, como dizer, quando dizer e que meios de divulgação, instrumentos ou ferramentas utilizar.

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

5.2.1. Da relação de peças e materiais, a licitante deverá escolher e apresentar como exemplos as peças e ou material que julgar mais indicados para corporificar objetivamente sua proposta de solução do desafio de comunicação.

5.2.2. Também deve limitar-se, sob pena de desclassificação, a 10 (dez) exemplos, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça e ou material, observadas as seguintes regras:

5.2.2.1. Cada redução e ou variação de formato será considerada como uma peça;

5.2.2.2. Cada peça apresentada como parte de um kit será computada no referido limite;

5.2.2.3. 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;

5.2.2.4. Um hot site e todas as suas páginas serão consideradas uma peça;

5.2.2.5. Um filme e o hot site em que se encontra hospedado serão considerados duas peças;

5.2.2.6. Um banner e o hot site para o qual ele esteja direcionado serão considerados duas peças;

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

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





5.2.5. Cada exemplo de peça e ou material deverá trazer indicação sucinta (exemplos: “cartaz”, “filme TV”, “spot rádio”, “anúncio revista”, “monstro internet”) formatada conforme previsão do subitem 5.2.12., VIII, destinada a facilitar seu cotejo com a relação de peças e ou material a que se refere o subitem 5.2.1.

5.2.6. Os storyboards animados, animatics, protótipos e monstros deverão ser apresentados em DVD ou PEN-DRIVE, e executáveis no sistema operacional Windows, nos formatos universais, a exemplo de: storyboards animados e animatics, para TV e cinema: avi, mov, wmv, mpeg, vob; protótipos e monstros, para rádio: mp3, wma; protótipos e monstros, para internet: pdf, jpg, html, mpeg, swf e mov.

5.2.7. Os exemplos de peças e ou material devem ter formatos compatíveis com suas características e se adequarem às dimensões do invólucro nº 1.

5.2.8. Peças que não se ajustem às dimensões do invólucro nº 1 poderão ser dobradas.

5.2.9. As peças gráficas podem ser impressas em tamanho real ou reduzido, contando que isso não prejudique a sua leitura, e não há limitação de cores.

Estratégia de Mídia e Não Mídia é um subquesito que 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 e em função da verba referencial indicada no briefing e a simulação do plano de distribuição em que a licitante identificará todas as peças e materiais.

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

- I. período de distribuição e veiculação das peças e ou material;
- II. quantidades de inserções das peças em veículos de divulgação;
- III. valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em veículos de divulgação, separadamente por meios;
- IV. valores (absolutos e percentuais) alocados na produção e ou na execução técnica de cada peça destinada a veículos de divulgação;
- V. quantidades a serem produzidas de cada peça e ou material de não mídia;
- VI. valores (absolutos e percentuais) alocados na produção de cada peça e ou material de não mídia;
- VI.I. 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 mensagens publicitária.

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





- I. os preços das inserções em veículos de comunicação devem ser os de tabela cheia, vigentes na data de publicação do aviso de licitação;
- II. deve ser desconsiderado o repasse da parte do desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da lei 4.680/65;
- III. devem ser desconsiderados os custos internos e os honorários sobre todos os serviços de fornecedores;
- IV. para veículos de comunicação que não atuem com tabelas de preços Públicos, mas que possam ser considerados como formas inovadoras de comunicação (tais como mídia programática, *trading desks* e redes sociais) a Licitante deverá informar o montante de investimento proposto a ser utilizado com essas ferramentas no âmbito de sua estratégia, assim como para o alcance dos objetivos previamente estabelecidos, definindo em sua proposta quais métricas serão utilizadas para atingi-los (ex: com, true views, taxa de impressão, geração de leads, custo por alcance, cpc, cpe, custo por visualização de vídeo, custo por curtida entre outros);
- V. para fins desta Licitação, a publicidade em plataformas digitais, exemplo da programação de publicidade nas redes sociais *Facebook*, *Instagram*, *Twitter*, *Linkedin* e *Youtube*, está inserida no conceito de forma inovadora de comunicação.

FORMATAÇÃO DO PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

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

- I – Caderno único, orientação retrato, com espiral preto colocado à esquerda;
- II – capa e contracapa em papel sulfite A4 branco, com 90g, ambas em branco;
- III – conteúdo impresso em papel sulfite A4, branco, com 90g, orientação retrato;
- IV – espaçamento de 3 cm na margem esquerda, 2 cm na margem direita e 2,5 nas margens superior e inferior, a partir das respectivas bordas;
- V – títulos, entretítulos, parágrafos e linhas subsequentes sem recuos;
- VI – espaçamento “simples” entre linhas e, opcionalmente, duplo após título e entretítulos e entre parágrafos;
- VII – alinhamento justificado do texto;
- VIII – texto e numeração de páginas em fonte “Arial”, cor “automático”, tamanho “12 Pontos”;
- IX – numeração em todas as páginas, pelo editor de textos, a partir da primeira página interna, em algarismos arábicos, na parte inferior da página, do lado direito.

5.2.13. Os textos do Raciocínio Básico, da Estratégia de Comunicação Publicitária e da relação de peças e ou materiais estão limitados, no conjunto, a 10 (dez) páginas,





não computadas nesse limite a capa e contracapa e as páginas eventualmente utilizadas apenas para separação dos subquesitos.

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

5.2.15. Os exemplos de peças e ou material integrantes do subquesito ideia Criativa deverão ser apresentados em papel sulfite A4 ou A3, com 90g., sem suporte.

5.2.16. As tabelas e gráficos integrantes dos subquesitos Raciocínio Básico e Estratégia de Comunicação Publicitária poderão:

- I. ser editados em cores;
- II. ter seu conteúdo editado com a fonte “Arial”, tamanho “10 pontos”;
- III. ser apresentado em papel A3 dobrado, que será considerado 02 (duas) páginas.

5.2.17. As tabelas, gráficos e planilhas integrantes do subquesitos Estratégia de Mídia e Não Mídia poderão:

- I. ser editados em cores;
- II. ter fontes e tamanhos de fonte habitualmente utilizados nesses documentos, não sendo exigida formatação de margem específica;
- III. ser apresentados em papel A3 dobrado.

II – CAPACIDADE DE ATENDIMENTO

5.3. A 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 relação nominal dos seus principais clientes na data da apresentação das Propostas, com a especificação do início de atendimento de cada um deles, a quantificação e a qualificação dos profissionais que poderão ser colocados à disposição da execução do contrato, a suas qualificações discriminando-se as áreas de estudo e planejamento, criação, produção de rádio, TV, cinema, internet, produção gráfica, mídia e atendimento.

5.3.1. A quantificação e a qualificação do(s) profissional(is) que poderá(ão) ser colocado(s) à disposição da execução do contrato, e suas qualificações discriminando-se as áreas de estudo e planejamento, criação, produção de rádio, TV, cinema, internet, produção gráfica, mídia e atendimento;

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

5.3.3. 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 Câmara Municipal.





5.3.4. Também devem ser apresentadas as instalações, a infraestrutura e os recursos materiais que serão colocados à disposição para a execução do contrato, 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 Câmara Municipal, sem ônus adicionais, na vigência do contrato.

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

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

III – REPERTÓRIO

5.4. O Repertório será constituído de peças e ou material concebidos e veiculados, expostos ou distribuídos pela licitante, agrupados em caderno específico onde 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 que as peças e ou material devem ter sido veiculados, expostos ou distribuídos a partir de 1º de janeiro de 2020.

5.4.1. 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);

5.4.2. A apresentação das peças gráficas poderá integrar o caderno específico ou ser apresentada separadamente (soltas), dobradas ou não, sempre em conformidade com o Edital.

5.4.3. 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 Câmara Municipal de Ilha Solteira seja ou tenha sido signatária;

5.4.4. Formatação na orientação retrato, em fonte “Arial”, tamanho “12 pontos”, com ou sem o uso de cores, em folhas numeradas sequencialmente, a partir da primeira página interna, rubricadas e assinada na última por quem detenha poderes de representação da licitante na forma de seus atos constitutivos; edição em papel A4 ou A3, com 90g., preservada, em qualquer hipótese, a compreensão de seu conteúdo e a indicação das dimensões originais das peças neles contidas.

5.4.5. Para cada peça e ou material previstos, 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,





exposição e ou distribuição e, no caso de veiculação, menção de pelo menos um veículo que divulgou cada peça.

5.4.6. A apresentação de peças e ou material em número inferior ao exigido implica, para este quesito, pontuação máxima proporcional ao número de peças apresentadas.

5.4.7. A proporcionalidade a que se refere o edital será obtida mediante a aplicação da regra de três simples em relação à pontuação máxima prevista.

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

IV – RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO

5.5. 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 ou ex-clientes, desde que estes últimos tenham sido atendidos em período posterior a 31 de dezembro de 2020.

5.5.1. As propostas de que trata o subitem 5.5 devem ter recebido a autorização para sua produção ou ter sido veiculadas a partir de 1º de janeiro de 2021.

5.5.2. A apresentação de apenas 1 (um) relato no caderno específico implica, para este quesito, pontuação máxima equivalente à metade de pontuação máxima prevista.

5.5.3. Os relatos deverão estar formalmente referendados pelos respectivos clientes ou ex-clientes, desde que estes tenham sido atendidos em período posterior a 31 de dezembro de 2020 e não podem referir-se a ações executadas no âmbito de contratos de prestação de serviços de publicidade de que a Câmara Municipal de Ilha Solteira seja ou tenha sido signatária.

5.5.4. 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 e assinatura no final do relato.

5.5.5. 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, além da assinatura do autor do relato.

5.5.6. Para cada Relato, é permitida a inclusão de até 5 (cinco) peças ou materiais, os quais não serão computados no limite de páginas, independentemente do meio de divulgação, tipo ou característica da peça, caso em que, se incluídos:

5.5.7. 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).

5.5.8. As peças gráficas poderão integrar o caderno específico, ou ser apresentadas separadamente (soltas), preservada, 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.

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

5.5.10. Os documentos e informações que compõem o caderno específico mencionado deverão ser formatados em orientação retrato, em papel A4, com ou sem o uso de cores, em fonte “Arial” tamanho “12 pontos”, em folhas numeradas sequencialmente, a partir da primeira página interna, rubricadas e assinadas na última por quem detenha poderes de representação da licitante na forma de seus atos constitutivos.

6. DA PROPOSTA DE PREÇOS

6.1. A Proposta de Preços deverá ser elaborada de acordo com o modelo do Anexo IV e apresentada em caderno único, informando o percentual de honorários, sem a quebra de percentual, na forma indicada no subitem 9.1 deste edital, incidente sobre o preço dos serviços especializados prestados por fornecedores, referentes a:

- a) à produção e à execução técnica de peça e ou material, assim como
- 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 destinadas 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, sob forma de percentual, sem quebra de percentual, 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**, em vigor, nos termos do art. 11 da Lei 4.680/65, evitando-se a inexequibilidade do contrato administrativo que vier a ser firmado e a remuneração pela intermediação na compra de mídia digital, nos casos em que os veículos não remunerem com o desconto de agência.

6.2. A proposta de preços deverá observar, ainda, o seguinte:

I. Os serviços de mídia como planejamento e distribuição aos veículos serão remunerados à Agência vencedora mediante o “desconto padrão” de 20% concedido pelos veículos de divulgação de acordo com o Parágrafo Único, do art. 11, da Lei nº 4.680/65 e Normas-Padrão da Atividade Publicitária, tuteladas pelo CENP - Conselho Executivo das Normas-Padrão;





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; e

II.I. Percentual de honorários pertinentes à supervisão de produção externa incidente sobre os custos de serviços e suprimentos externos de terceiros, referentes à elaboração de peças e materiais contratados com fornecedores, com limite máximo de 15% (quinze por cento);

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.);

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

6.3.1. datada e assinada por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, firme e precisa, sem propostas alternativas ou condicionadas que induzam o julgamento a ter mais de um resultado.

6.5. A Proposta de Preços deverá conter declaração da licitante:

a) comprometendo-se a envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores de serviços especializados e veículos, quando for o caso, transferindo à Contratante as vantagens obtidas;

b) declarando estar ciente e de acordo com as disposições alusivas a direitos patrimoniais de autor estabelecidas na minuta de contrato

6.5. A Proposta de Preços deverá ser datada e assinada por pessoa devidamente identificada que detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos.

6.6. Serão analisadas apenas as Propostas de Preços das licitantes classificadas no julgamento das Propostas Técnicas.

6.7. A classificação das Propostas de preço observará a ordem crescente dos percentuais apresentados, sendo considerada como a de menor preço aquela que receber maior pontuação, referente ao percentual de honorários relativos: (i) à produção e à execução técnica de peça e ou material, assim como (ii) 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; (iii) à criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias, de percentual de descontos sobre a Tabela de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de São Paulo e o percentual de remuneração pela intermediação na aquisição de mídia digital, nos casos em que os veículos não remunerem a agência com o desconto de agência.

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

7. DOS PROCEDIMENTOS DA SESSÃO

7.1. Os **ENVELOPES nº 01, 02, 03 e 04**, serão entregues à Agente de Contratação e Equipe de Apoio, lacrados, na data, local e horário determinados no preâmbulo do Edital.

7.1.1. Os integrantes da subcomissão técnica não poderão participar da sessão de recebimento e abertura dos ENVELOPES com as Propostas Técnicas e de Preços.

7.1.2. A Agente de Contratação e a Equipe de Apoio não lançará nenhum código, sinal ou marca nos ENVELOPES padronizados, nem nos documentos que compõem a via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária.

7.1.3. Será desclassificada a licitante cujos documentos pertinentes ao ENVELOPE nº 1 contêm informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que identifique sua autoria, bem como se o ENVELOPE nº 3 também contenha alguma referência que possa identificar o conteúdo do ENVELOPE nº 1.

7.2. O processamento e o julgamento da licitação obedecerão ao seguinte procedimento:

1. Primeira sessão:

a) identificar os representantes das licitantes, por meio da documentação exigida no item 3 deste Edital;

b) verificar o cumprimento das condições de participação, nos termos do item 2 deste Edital e registrar em ata eventuais casos de descumprimento;

c) **receber os envelopes nº 1, nº 2, nº 3 e nº 4** das licitantes em condições de participação;

d) conferir se esses envelopes estão em conformidade com as regras estabelecidas neste Edital.

7.2.1. O Envelope nº 1, com o Plano de Comunicação Publicitária - **Via Não Identificada**, só será recebido pela Agente de Contratação e Equipe de Apoio se:

a) não estiver identificado;





b) não apresentar informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação da licitante, antes da abertura do Invólucro nº 2;

c) não estiver danificado ou deformado pelas peças, materiais ou demais documentos nele acondicionados, de modo a possibilitar a identificação da licitante, antes da abertura do Envelope nº 2.

7.2.2. Ante a ocorrência de qualquer das hipóteses previstas nas alíneas 'a', 'b' e 'c' do subitem anterior, a Agente de Contratação e Equipe de Apoio não receberá o Envelope nº 1 e desclassificará a Licitante.

7.2.3. A primeira sessão prosseguirá com a seguinte pauta básica:

a) rubricar, no fecho, sem abri-los, os Envelopes nº 2 e nº 4, que permanecerão fechados sob a guarda e responsabilidade da Agente de Contratação e Equipe de Apoio, e separá-los dos Envelopes nº 1 e nº 3; b) retirar e analisar o conteúdo dos Envelopes nº 1;

c) abrir os Envelopes nº 3 e rubricar seu conteúdo;

d) colocar à disposição dos representantes das licitantes, para análise, os documentos constantes dos Envelopes nº 1 e nº 3;

e) informar que as licitantes serão convocadas para a próxima sessão.

7.2.4. Se, ao examinar ou rubricar os conteúdos dos Envelopes nº 1 e nº 3, a Agente de Contratação e a Equipe de Apoio ou os representantes das licitantes constatarem ocorrência(s) que possibilite(m), inequivocamente, a identificação da autoria do Plano de Comunicação Publicitária – **Via Não Identificada**, a Agente de Contratação e Equipe de Apoio desclassificará a licitante e ficará de posse de todos os seus envelopes até que expire o prazo para recursos relativos a essa fase.

7.2.5. A Agente de Contratação e Equipe de Apoio não lançará nenhum código, sinal ou marca nos Envelopes nº 1, nem nos respectivos conteúdos que compõem o Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada das licitantes.

7.2.6. Abertos os Envelopes nº 1 e nº 3, as licitantes não poderão desistir de suas Propostas, a não ser por motivo justo, decorrente de fato superveniente, e aceito pela Agente de Contratação e Equipe de Apoio.

7.2.7. Se as licitantes estiverem expressamente de acordo com as decisões tomadas pela Agente de Contratação e Equipe de Apoio na primeira sessão, o s procedimentos de licitação terão continuidade.

7.2.8. Se houver manifestação expressa de qualquer licitante de recorrer das decisões da Agente de Contratação e Equipe de Apoio, pertinentes à primeira sessão, esta divulgará o resultado, abrindo-se o prazo de 3 (três) dias úteis para a interposição de recursos.





7.2.9. Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, serão adotados, nesta precisa ordem, os seguintes procedimentos:

a) encaminhamento, pela Agente de Contratação e Equipe de Apoio à Subcomissão Técnica, dos Envelopes nº 1 (Plano de Comunicação Publicitária - **Via Não Identificada**);

b) análise individualizada e julgamento, pela Subcomissão Técnica, dos conteúdos dos Envelopes nº 1 (Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada) das licitantes, desclassificando-se as que desatenderem às exigências legais ou estabelecidas neste Edital;

c) elaboração, pela Subcomissão Técnica, de ata de julgamento dos Envelopes nº 1 (Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada) e de planilha com as pontuações e justificativas das razões que as fundamentaram, e encaminhamento desses documentos à Agente de Contratação e Equipe de Apoio, na devolução dos Envelopes nº 1;

d) somente após o recebimento pela Agente de Contratação e Equipe de Apoio dos documentos e dos Envelopes nº 1, mencionados na alínea anterior, ocorrerá o encaminhamento, pela Agente de Contratação e Equipe de Apoio à Subcomissão Técnica, dos Envelopes nº 3 (Conjunto de Informações) das licitantes; e) análise individualizada e julgamento, pela Subcomissão Técnica, dos conteúdos dos Envelopes nº 3 (Conjunto de Informações) das licitantes, desclassificando aquelas que desatenderem a Lei ou o presente instrumento convocatório;

f) elaboração, pela Subcomissão Técnica, de ata de julgamento dos Envelopes nº 3 (Conjunto de Informações) e de planilha com as pontuações e justificativas das razões que as fundamentaram, e encaminhamento desses documentos à Agente de Contratação e Equipe de Apoio, na devolução dos Envelopes nº 3.

7.2.10. A subcomissão técnica reavaliará a pontuação atribuída a um determinado quesito sempre que a diferença entre a maior e a menor pontuação for superior a 20% (vinte por cento) da pontuação máxima do quesito analisado, de conformidade com os critérios objetivos postos no instrumento convocatório (art. 6º, inciso VII da Lei nº 12.232/10).

7.2.10.1. Persistindo a diferença de pontuação após a reavaliação do quesito prevista no subitem anterior, os membros da subcomissão técnica, autores das pontuações consideradas destoantes, deverão registrar em ata as razões que os levaram a manter a pontuação atribuída ao quesito reavaliado, que será assinada por todos os membros da subcomissão e passará a compor o processo da licitação.

7.2.11. Se houver desclassificação de alguma proposta técnica por descumprimento de disposições do instrumento convocatório, ainda assim será atribuída pontuação a seus quesitos, a ser lançada em planilhas que ficarão acondicionadas em invólucro fechado e rubricado no fecho pelos membros da subcomissão técnica, até que





expirem os prazos para interposição de recursos relativos a essa fase da licitação, exceto nos casos em que o descumprimento resulte na identificação do proponente antes da abertura do Envelope nº 2.

7.2.12. Se a subcomissão técnica verificar a existência de informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que identifique a autoria da proposta técnica em momento anterior à abertura do Envelope nº 3, e que não tenha sido constatado antes pela Agente de Contratação e Equipe de Apoio, deverá registrar o fato em Ata a fim de que sejam tomadas as devidas providências.

7.2.13. As planilhas conterão respectivamente a pontuação de cada membro da Subcomissão Técnica para cada subquesto do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e as pontuações de cada membro para cada subquesto do Conjunto de Informações, de cada licitante.

2. Segunda Sessão

7.2.14. Após receber as atas de julgamento das Propostas Técnicas constantes dos Envelopes nº 1 e nº 3, respectivas planilhas de julgamento e demais documentos elaborados pela Subcomissão Técnica, a Agente de Contratação e Equipe de Apoio convocará as licitantes, para participar da segunda sessão pública, com a seguinte pauta básica:

- a) identificar os representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;
- b) abrir os Envelopes nº 2;
- c) cotejar os documentos constantes dos Envelopes nº 2 (Plano de Comunicação Publicitária - Via Identificada) das licitantes, com os conteúdos dos Envelopes nº 1 (Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada), para identificação de autoria;
- d) elaborar planilha geral com as pontuações atribuídas a cada quesito de cada Proposta Técnica;
- e) identificar a nota da proposta técnica de cada Licitante, com a indicação dos proponentes desclassificados e da ordem de classificação organizada pelo nome dos licitantes, em ordem decrescente de pontuação, abrindo-se prazo para manifestação da intenção de recorrer, na forma do item 13 deste edital.

7.2.15. Além das demais atribuições, previstas neste Edital, caberá à Subcomissão Técnica manifestar-se em caso de eventuais recursos de licitantes, relativos ao julgamento das Propostas Técnicas, a partir de solicitação da Agente de Contratação e Equipe de Apoio.

A desclassificação de licitante em razão da proposta técnica implicará a restituição incólume do seu Envelope nº 4 – Proposta de Preço.

3. Terceira Sessão





7.2.16. Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, referentes à nota da proposta técnica, a Agente de Contratação e Equipe de Apoio convocará as licitantes classificadas no julgamento técnico, para participar da terceira sessão pública, com a seguinte pauta básica:

- a) identificar os representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;
- b) abrir os Envelopes nº 4, com as Propostas de Preços, cujos documentos serão rubricados pelos membros da Agente de Contratação e Equipe de Apoio e pelos representantes das licitantes presentes;
- c) colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame, os documentos integrantes dos Envelopes nº 4;
- d) analisar o cumprimento das exigências deste Edital para a elaboração das Propostas de Preços, desclassificando as licitantes que não as atenderem, e julgar as referidas propostas de acordo com os critérios estabelecidos neste Edital;
- e) calcular a Nota da Proposta de Preços de cada licitante, conforme disposto no item 9 deste Edital;
- f) calcular a Nota Média Ponderada Final de cada licitante, conforme disposto no 9 deste Edital;
- g) informar que após o julgamento das propostas será concedido aos participantes o prazo de 10 (dez) minutos para manifestar sua intenção de recorrer; e
- h) manifestada a intenção de recorrer, deverão ser observados os trâmites do item 13, desse Edital.

4. Quarta Sessão

7.2.17. Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, referentes ao resultado do julgamento das Propostas de Preços e do julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços, a Agente de Contratação e Equipe de Apoio convocará as licitantes classificadas no julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços, para participar da quarta sessão pública, com a seguinte pauta básica:

- a) identificar os representantes das licitantes classificadas presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;
- b) verificar a manutenção das condições de participação pelas licitantes classificadas, nos termos do item 2 deste Edital, e registrar em ata eventuais casos de descumprimento;
- c) receber e abrir os Envelopes nº 5 das licitantes em condições de participação, cujos documentos serão rubricados pelos membros da Agente de Contratação e Equipe de Apoio e pelos representantes das licitantes classificadas presentes;





- d) analisar a conformidade dos Documentos de Habilitação com as condições estabelecidas neste Edital e na legislação em vigor;
- e) colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame, os documentos integrantes dos Envelopes nº 5;
- f) dar conhecimento do resultado da habilitação e informar que será concedido aos participantes o prazo de 10 (dez) minutos para manifestar sua intenção de recorrer; e
- g) manifestada a intenção de recorrer, deverão ser observados os trâmites do item 13, desse Edital.

8. DO JULGAMENTO

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

8.1.1. Plano de Comunicação Publicitária, sendo:

8.1.1.1. Raciocínio Básico (10 pontos) – Acuidade de Compreensão:

- i. das funções e do papel do Legislativo Municipal nos contextos social, político e econômico;
- ii. da natureza, da extensão e da qualidade das relações do Legislativo Municipal com seus públicos;
- iii. das características do Legislativo Municipal e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária;
- iv. o desafio de comunicação expresso no Briefing;
- v. sobre a natureza e a extensão do objeto da licitação;
- vi. das necessidades de comunicação do Legislativo Municipal para solucionar esse desafio.

8.1.1.2. Estratégia de Comunicação Publicitária (20 pontos):

- i. Adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza e à qualificação do Legislativo Municipal e ao desafio de comunicação;
- ii. Consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito propostos;
- iii. Riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação do Legislativo Municipal com seus públicos;
- iv. Adequação e a exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do desafio de comunicação expresso no Briefing;
- v. Consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta;





vi. Capacidade de articular os conhecimentos sobre a comunicação publicitária, o desafio de comunicação expresso no Briefing, seus públicos, os objetivos de comunicação e a verba disponível.

8.1.1.3. Ideia Criativa (20 pontos):

- i. Adequação ao desafio de comunicação;
- ii. Adequação à estratégia de comunicação publicitária sugerida pela licitante;
- iii. Adequação ao universo cultural do público-alvo;
- iv. Multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;
- v. Originalidade da combinação dos elementos que a constituem;
- vi. Simplicidade da forma sob a qual se apresenta;
- vii. Pertinência às atividades de comunicação do Legislativo, assim como sua inserção nos contextos social, político e econômico;
- viii. Desdobramentos comunicativos que ensejam conforme demonstrado nos exemplos de peças e ou material apresentados;
- ix. Exequibilidade das peças e ou do material;
- x. Compatibilidade da linguagem utilizada nas peças e ou no material aos meios e aos públicos propostos.

8.1.1.4. Estratégia de Mídia e Não Mídia (15 pontos):

- i. Conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação do público-alvo;
- ii. Capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos;
- iii. Consistência do plano simulado de distribuição das peças e ou do material em relação aos dois subitens anteriores;
- iv. Pertinência e oportunidade demonstradas no uso dos recursos de comunicação próprios do Legislativo Municipal;
- v. Economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças e ou do material;
- vi. Otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa.

8.1.2. Capacidade de Atendimento (15 Pontos):

- i. Porte e a tradição dos clientes atuais da licitante e o conceito de seus produtos e serviços no mercado;
- ii. Experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias;
- iii. Adequação das qualificações e das quantificações desses profissionais à estratégia de comunicação publicitária do Legislativo Municipal;





- iv. Adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que estarão à disposição da execução do contrato;
- v. Operacionalidade do relacionamento entre o Legislativo Municipal e a licitante, esquematizado na proposta;
- vi. 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 do Legislativo Municipal, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato.

8.1.3. Repertório (10 Pontos):

- i. ideia criativa e sua pertinência ao problema que a licitante se propôs a resolver;
- ii. Qualidade da execução e do acabamento da peça e ou material;
- iii. Clareza da exposição das informações prestadas.

8.1.4. Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação (10 Pontos):

- i. Evidência de planejamento publicitário;
- ii. Consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução;
- iii. Relevância dos resultados apresentados;
- iv. Concatenação lógica da exposição.

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

I – Plano de Comunicação Publicitária: 65 (sessenta e cinco) pontos, sendo:

Raciocínio Básico: 10 (dez) pontos

Estratégia de Comunicação Publicitária: 20 (vinte) pontos

Ideia Criativa: 20 (vinte) pontos

Estratégia de Mídia e Não Mídia: 15 (quinze) pontos

II – Capacidade de Atendimento: 15 (quinze) pontos

III – Repertório: 10 Pontos

IV – Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação: 10 (dez) pontos

8.3. Cada membro da Subcomissão Técnica atribuirá pontos individuais a cada um dos quesitos e subquesitos, de acordo com as pontuações máximas previstas no subitem 8.2, obedecidos intervalos de 0,5 (meio) ponto.

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





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

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

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

8.8. Será **desclassificada** a proposta que:

- a) não atender às exigências do presente Edital e de seus anexos;
- b) tentar influenciar a Comissão ou a Subcomissão Técnica no processo de julgamento das propostas.

8.8.1. Será desclassificada a Proposta Técnica que incorrer em qualquer uma das situações abaixo descritas:

- a) apresentar qualquer informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação da autoria do Plano de Comunicação Publicitária – Versão Não Identificada, antes de concluído o julgamento da proposta técnica pela Subcomissão Técnica;

- b) não alcançar, no total, **75 (setenta e cinco) pontos**;

- c) obtiver pontuação 0 (zero) em qualquer um dos quesitos ou subquesitos.

8.8.1.1. Ante a ocorrência da situação de que trata a alínea “a” do subitem anterior, a Subcomissão Técnica deverá registrar em ata o nome da licitante identificada e o motivo concreto e inequívoco que constituiu a identificação.

8.8.1.2. Poderá ser desclassificada a Proposta Técnica que não atender às demais exigências do presente Edital, a depender da gravidade da ocorrência, observado o disposto no subitem 8.8.1.3. deste Edital.

8.8.1.3. É facultada à Agente de Contratação e Equipe de Apoio ou autoridade superior, em qualquer fase desta licitação, a promoção de diligência destinada a esclarecer ou complementar a instrução do processo licitatório, vedada a inclusão posterior de documento ou informação que deveria constar originalmente dos documentos de habilitação ou das propostas técnica e de preços.

8.9. Será **classificada em primeiro lugar**, na fase de julgamento da Proposta Técnica, a licitante que obtiver a maior pontuação na soma das notas dos quesitos.

9. DO JULGAMENTO E CLASSIFICAÇÃO DAS PROPOSTAS DE PREÇOS





9.1. Serão avaliadas e valoradas as Propostas de Preços classificadas na Proposta Técnica, segundo os critérios abaixo, fixados nos limites estabelecidos deste Edital. Percentual de honorários sobre:

D1) à Produção e Execução Técnica de peça e/ou material:

Pontos	Percentual de honorários
20	10% ou abaixo de 10%
15	11%
12	12%
10	De 13% a 14%
05	15%

D2) 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:

Pontos	Percentual de honorários
20	10% ou abaixo de 10%
15	11%
12	12%
10	De 13% a 14%
05	15%

D3) à Criação Desenvolvimento de Formas Inovadores de Comunicação Publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias, fixados nos limites estabelecidos:

Pontos	Percentual de honorários
20	10% ou abaixo de 10%
15	11%
12	12%
10	De 13% a 14%
05	15%





D4) Desconto sobre a Tabela de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de São Paulo que estiver em vigor, fixados nos limites estabelecidos:

Pontos	Desconto sobre a tabela de custos internos
20	60% ou acima de 60%
15	50%
12	40%
10	35%
05	30%

D5) Percentual de remuneração sobre a aquisição de mídia digital nos casos em que os veículos não remunerem com o desconto de agência

Pontos	Percentual de remuneração
20	Até 15%
18	16%
15	17%
12	18%
10	19%
05	20%

9.1.1. Para fins exclusivos de enquadramento nas faixas de pontuação previstas no item 9.1, os percentuais ofertados deverão ser expressos em números inteiros, vedada a utilização de casas decimais, sem prejuízo da apresentação de percentuais inferiores aos limites mínimos de honorários ou superiores aos limites máximos de desconto expressamente previstos nas respectivas tabelas.

Nota final da proposta de preços:

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

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

Sendo: NFPP = Nota Final da Proposta de Preços

D1 = Pontuação aplicada ao Percentual de honorários sobre produção e execução técnica de peça e ou material;





D2 = Honorários incidente sobre o 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 ou sobre os resultados das campanhas realizadas ou a serem realizadas;

D3 = Honorários incidentes relativos à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação;

D4 = Pontuação aplicada ao Desconto sobre a Tabela de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de São Paulo;

D5 = Pontuação aplicada à remuneração sobre a mídia digital contratada com a intermediação da agência, nos casos em que os veículos não remunerem pelo desconto de agência.

9.3. A Proposta de Preços terá peso 0,30 no julgamento final das propostas.

9.4. 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.

10. DO JULGAMENTO FINAL DAS PROPOSTAS

10.1. O critério de julgamento para a classificação das licitantes nesta concorrência é o de TÉCNICA E PREÇO, conforme disposto no art. 5º da Lei Federal nº 12.232/2010 e no art. 36, § 2º da Lei Federal nº 14.133/2021.

10.2. No julgamento das melhores propostas aplicar-se-á a **média ponderada** entre a melhor proposta técnica e a melhor proposta de preços.

10.2.1. Nos termos do art. 36, § 2º da Lei Federal nº 14.133/2021, fica estabelecida a seguinte proporção para as notas na pontuação final das propostas:

A) Proposta Técnica: peso 0,70 (sete décimos), ou 70% (setenta por cento); e

B) Proposta de Preços: peso 0,30 (três décimos), ou 30% (trinta por cento).

10.3. A Pontuação Final de cada licitante será obtida através da fórmula abaixo:

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

Sendo: PF = Pontuação final

NFPT = Pontuação relativa à proposta técnica (nota final da proposta técnica)

NFPP = Pontuação relativa à proposta de preços (nota final da proposta de preços)

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





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

10.4.1. Após a utilização do critério de desempate disposto no subitem 10.4, persistindo o empate, a decisão se fará através de sorteio, a ser realizado na própria sessão ou em ato público marcado pela Agente de Contratação e Equipe de Apoio, para o qual serão convidadas todas as licitantes.

10.5. Não se considerará qualquer oferta e vantagem não prevista no Edital, nem percentual de desconto ou vantagem, baseados em ofertas de outras licitantes.

10.6. Será considerada vencedora do julgamento final das propostas a licitante mais bem classificada no julgamento final, com a aplicação da média ponderada entre a Proposta Técnica e Proposta de Preços, conforme subitem 10.2.

Da negociação

10.7. Definido o resultado do julgamento, a Agente de Contratação e Equipe de Apoio poderá negociar condições mais vantajosas com o classificado em primeiro lugar, nos termos do art. 61 da Lei Federal nº 14.133/2021.

11. HABILITAÇÃO

11.1. Os documentos de habilitação, necessários e suficientes para demonstrar a capacidade do licitante de executar o objeto da licitação, são exigidos nos termos dos [arts. 62 a 70 da Lei n.º 14.133, de 2021](#).

11.2. Como condição prévia ao exame da documentação de habilitação da licitante detentora da proposta classificada em primeiro lugar, a Agente de Contratação verificará o eventual descumprimento das condições de participação, especialmente quanto à existência de sanção que impeça a participação no certame ou a futura contratação, mediante a consulta aos seguintes cadastros:

11.2.1. Consulta consolidada de pessoa jurídica do Tribunal de Contas da União (<https://certidoes-apf.apps.tcu.gov.br/>);

11.2.2. Sistema Eletrônico de Aplicação e Registro de Sanções Administrativas – e-Sanções (<http://www.esancoes.sp.gov.br>);

11.2.3. Cadastro Estadual de Empresas Punidas – CEEP (<http://www.servicos.controladoriageral.sp.gov.br/PesquisaCEEP.aspx>);

11.2.4. Relação de apenados publicada pelo Tribunal de Contas do Estado de São Paulo (<https://www.tce.sp.gov.br/apenados>); e

11.2.5. Será realizada consulta em nome da empresa licitante e também do sócio majoritário por ato de improbidade, por força do artigo 12 da Lei nº 8.429, de 1992, que prevê, dentre as sanções impostas ao responsável pela prática de ato de





improbidade administrativa, a proibição de contratar com o Poder Público, inclusive por intermédio de pessoa jurídica da qual seja sócio majoritário (CNIA/CNJ); (https://www.cnj.jus.br/improbidade_adm/consultar_requerido.php)

11.2.6. Caso conste na Consulta de Situação do licitante a existência de Ocorrências Impeditivas Indiretas, a Agente de Contratação diligenciará para verificar se houve fraude por parte da empresa.

11.2.7. A tentativa de burla será verificada por meio dos vínculos societários, linhas de fornecimento similares, dentre outros.

11.2.8. Constatada a existência de sanção, o licitante será reputado inabilitado, por falta de condição de participação.

11.3. Dos Documentos de habilitação exigidos:

11.3.1. Habilitação jurídica:

11.3.1.1. **Empresário individual:** inscrição no Registro Público de Empresas Mercantis, a cargo da Junta Comercial da respectiva sede;

11.3.1.2. Sociedade empresária, sociedade limitada unipessoal – SLU ou sociedade identificada como empresa individual de responsabilidade limitada - EIRELI: inscrição do ato constitutivo, estatuto ou contrato social no Registro Público de Empresas Mercantis, a cargo da Junta Comercial da respectiva sede, acompanhada de documento comprobatório de seus administradores;

11.3.1.3. **Sociedade empresária estrangeira:** portaria de autorização de funcionamento no Brasil, publicada no Diário Oficial da União e arquivada na Junta Comercial da unidade federativa onde se localizar a filial, agência, sucursal ou estabelecimento, a qual será considerada como sua sede, conforme Instrução. [Normativa DREI/ME n.º 77, de 18 de março de 2020.](#)

11.3.1.4. **Sociedade simples:** inscrição do ato constitutivo no Registro Civil de Pessoas Jurídicas do local de sua sede, acompanhada de documento comprobatório de seus administradores;

11.3.1.5. **Filial, sucursal ou agência de sociedade simples ou empresária:** inscrição do ato constitutivo da filial, sucursal ou agência da sociedade simples ou empresária, respectivamente, no Registro Civil das Pessoas Jurídicas ou no Registro Público de Empresas Mercantis onde opera, com averbação no Registro onde tem sede a matriz.

11.3.1.6. Os documentos apresentados deverão estar acompanhados de todas as alterações ou da consolidação respectiva.

11.3.2. Habilitação fiscal, social e trabalhista:

11.3.2.1. Prova de inscrição no Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas (**CNPJ**);

11.3.2.2. Prova de Regularidade relativa ao **FGTS**, por meio de Certificado de Regularidade Fiscal (CRF), expedida pela Caixa Econômica Federal www.caixa.gov.br





ou do documento denominado "Situação de Regularidade do Empregador", com prazo de validade em vigor na data marcada para abertura dos envelopes e processamento da Concorrência;

11.3.2.3. Prova de Regularidade relativa Créditos Tributários **Federais** e à Dívida Ativa da União, seguridade social, por meio de Certidão Negativa de Débitos (CND) relativos aos Créditos Tributários Federais e à Dívida Ativa da União; expedida nos sites www.receita.fazenda.gov.br ou www.pgfn.fazenda.gov.br. Conforme Portaria Conjunta PGFN/RFB n.º 1.751, de 2 de outubro de 2014;

11.3.2.4. Prova de Regularidade para com a **Fazenda Municipal**, por meio de Certidão Negativa de Débito em relação ao Imposto Sobre Serviços de Qualquer Natureza-ISS;

11.3.2.5. Prova de inexistência de débitos inadimplidos perante a Justiça do Trabalho, por meio de Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas-CNDT, expedida pelo Tribunal Superior do Trabalho www.tst.jus.br/certidao, conforme Lei n.º 12.440/2011 e Resolução Administrativa TST n.º 1470/2011.

11.3.3. Qualificação Econômico-Financeira:

11.3.3.1. **Certidão negativa de feitos sobre falência**, expedida pelo distribuidor da sede do licitante.

11.3.3.1.1. No caso de empresa em recuperação judicial ou extrajudicial, o licitante deverá apresentar a comprovação de que o respectivo plano de recuperação foi acolhido judicialmente, na forma do art. 58, da Lei n.º 11.101, de 09 de fevereiro de 2005, sob pena de inabilitação, devendo, ainda, comprovar todos os demais requisitos de habilitação.

11.3.3.2. **Balanco patrimonial e demonstrações dos índices contábeis dos 2 (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 a mais de 3 (três) meses da data de apresentação da proposta;"

11.3.3.2.1. **o balanço patrimonial deverá ser acompanhado do termo de abertura, termo de encerramento e a demonstração do resultado do exercício (DRE)**, contendo a identificação e assinatura do titular ou representante legal da empresa e de profissional habilitado na área contábil, acompanhada da devida comprovação de registro na junta comercial.

11.3.3.3. Pessoa jurídica constituída há menos de 2 (dois) anos, o balanço patrimonial, demonstração de resultado de exercício e demais demonstrações contábeis limitar-se-ão ao último exercício. (Lei n.º 14.133, de 2021, art. 69, §6º).

11.3.3.4. As empresas criadas no exercício financeiro da licitação deverão atender a todas as exigências da habilitação e poderão substituir os demonstrativos contábeis pelo balanço de abertura. (Lei n.º 14.133, de 2021, art. 65, §1º).





11.3.3.5. A comprovação da situação financeira da empresa será constatada mediante **obtenção de índices** de Liquidez Geral (LG), Solvência Geral (SG) e Liquidez Corrente (LC), superiores a 1 (um), resultantes da aplicação das respectivas fórmulas:

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

$$SG = \frac{\text{Ativo Total}}{\text{Passivo Circulante} + \text{Passivo Não Circulante}}$$

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

11.3.3.7. As empresas que apresentarem resultado inferior ou igual a 1(um) em qualquer dos índices de Liquidez Geral (LG), Solvência Geral (SG) e Liquidez Corrente (LC), deverão comprovar, considerados os riscos para a Administração, o capital mínimo equivalente a 10% (dez por cento) do valor estimado da contratação.

11.3.3.8. **O atendimento aos índices econômicos previstos neste item deverá ser atestado mediante declaração assinada por profissional habilitado da área contábil apresentada.**

11.3.3.9. O balanço patrimonial deverá estar registrado na Junta Comercial ou no Registro Civil das Pessoas Jurídicas, conforme o tipo de empresa da licitante, ou autenticado por meio do Sistema Público de Escrituração Digital – SPED, para as empresas que utilizem o sistema eletrônico de escrituração e que tenham seus documentos registrados na Junta Comercial.

11.3.3.10. Justificativa para exigência dos índices contábeis

(Art. 69 da Lei 14.133/2021): são relatórios essenciais para o controle do patrimônio de uma empresa. Nestes relatórios constarão os registros ordenados e padronizados de dados, conforme justificativas apresentadas no relatório dos Estudos Técnicos Preliminares.

11.3.4. Qualificação Técnico-Operacional:

11.3.4.1. Comprovação de aptidão para desempenho de atividade pertinente e compatível com o objeto desta licitação, ou seja, prestação de serviço de publicidade prestado por intermédio de agência de propaganda, por meio da apresentação de certidão(ões) ou atestado(s), fornecido(s) por pessoas jurídicas de direito público ou privado, ou regularmente emitido(s) pelo conselho profissional competente, quando for o caso.





11.3.4.2. Para fins de comprovação de que trata a subdivisão acima, **o(s) Atestado(s) ou certidão(ões)** deverá (ão) dizer respeito a contrato(s) executado(s) com a(s) seguinte(s) característica(s) mínima(s):

a) Deverá haver a comprovação da experiência mínima de 02 (dois) anos na prestação dos serviços, sendo aceito o somatório de atestados ou certidões de períodos diferentes, não havendo obrigatoriedade de os meses serem ininterruptos^[1];

11.3.4.4. O licitante disponibilizará todas as informações necessárias à comprovação da legitimidade dos atestados, apresentando, quando solicitado pela Administração, cópia do contrato que deu suporte à contratação, endereço atual da contratante e local em que foi executado o objeto contratado, dentre outros documentos.

11.3.5. Qualificação Técnico-Especial:

11.3.5.1 certificado de qualificação técnica de funcionamento, emitido pelo Conselho Executivo das Normas-Padrão (CENP) ou por entidade equivalente legalmente reconhecida como fiscalizadora e certificadora das condições técnicas de agências de propaganda, conforme disposto no § 1º do art. 4º da Lei Federal nº 12.232/2010;

11.3.5.1.1. O certificado de qualificação técnica de funcionamento emitido para a matriz da agência valerá para a filial.

11.3.5.1.2. O documento obtido no site do CENP ou da entidade equivalente terá sua validade verificada pela Agente de Contratação e Equipe de Apoio.

11.3.6. DAS DECLARAÇÕES a serem apresentadas pelos licitantes na fase de habilitação (Envelope nº 5):

11.3.6.1. Declaração de Credenciamento de Representante Legal (Anexo VI);

11.3.6.2. Declaração de Elaboração Independente da Proposta (Anexo VII);

11.3.6.3. Declaração Unificada (Anexo VIII), onde conste:

a) que está ciente e concorda com as condições contidas no edital e seus anexos, bem como de que 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 em definitivo e que cumpre plenamente os requisitos de habilitação definidos no instrumento convocatório;

b) que não emprega menor de 18 anos de idade em trabalho noturno, perigoso ou insalubre e não emprega menor de 16 anos, salvo menor, a partir de 14 anos, na condição de aprendiz, em cumprimento aos termos do art. 7º, XXXIII, da Constituição Federal, e art. 68, VI, da Lei Federal nº 14.133/2021;

¹ Lei 14.133/2021 - Art. 67. A documentação relativa à qualificação técnico-profissional e técnico-operacional será restrita a: (...) § 5º Em se tratando de serviços contínuos, o edital poderá exigir certidão ou atestado que demonstre que o licitante tenha executado serviços similares ao objeto da licitação, em períodos sucessivos ou não, por um prazo mínimo, que não poderá ser superior a 3 (três) anos.





- c) que não possui empregados executando trabalho degradante ou forçado, observando o disposto nos incisos III e IV do art. 1º e no inciso III do art. 5º da Constituição Federal;
- d) que cumpre as exigências de reserva de cargos para pessoa com deficiência e para reabilitado da Previdência Social, previstas em lei e em outras normas específicas;
- e) que se compromete a manter, durante toda a execução do contrato, em compatibilidade com as obrigações por ele assumidas, todas as condições exigidas para a habilitação na licitação, nos termos do art. 92, XVI, da Lei Federal nº 14.133/2021;
- f) que 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 o terceiro grau, nos termos do art. 14, IV, da Lei Federal nº 14.133/2021;
- g) que não se encontra impedido de participar desta licitação, tendo sido observadas as disposições contidas no art. 14 da Lei Federal nº 14.133/2021;
- h) que não há sanções vigentes que legalmente proíbam esta participante de licitar e ou contratar com o contratante;
- i) em se tratando de licitante organizado em cooperativa, declaração de que cumpre os requisitos estabelecidos no art. 16 da Lei Federal nº 14.133/2021;
- j) em se tratando de fornecedor enquadrado como microempresa, empresa de pequeno porte ou sociedade cooperativa, cumpre os requisitos estabelecidos no art. 3º da Lei Complementar 123/2006, estando apto a usufruir do tratamento favorecido estabelecido em seus arts. 42 a 49, observado o disposto nos §§ 1º ao 3º do art. 4º da Lei Federal nº 14.133/2021;
- k) em se tratando de microempresa ou empresas de pequeno porte, no ano-calendário de realização da licitação, ainda não tenham celebrado contratos com a Administração Pública cujos valores somados extrapolem a receita bruta máxima admitida para fins de enquadramento como empresa de pequeno porte, nos termos do art. 4º, § 2º, da Lei Federal nº 14.133/2021.

12. DOS ESCLARECIMENTOS E DAS IMPUGNAÇÕES

12.1. Qualquer pessoa é parte legítima para impugnar este edital de licitação por irregularidade na aplicação da Lei ou para solicitar esclarecimento sobre os seus termos, devendo protocolar o pedido ou enviar através do e-mail licitacao@cmilhasolteira.sp.gov.br, com confirmação de recebimento ou correspondência com documento de entrega enviada ao endereço mencionado no preâmbulo deste Edital.





12.2. A resposta à impugnação ou ao pedido de esclarecimento será divulgada em sítio eletrônico oficial no prazo de até 3 (três) dias úteis, limitado ao último dia útil anterior à data da abertura do certame.

12.3. O pedido de impugnação, com a indicação das falhas ou irregularidades que viciaram o edital ou com a indicação das solicitações de esclarecimentos deverá ser protocolizado fisicamente ou enviado para o e-mail: licitacao@cmilhasolteira.sp.gov.br, devendo ser realizado por representante formal da licitante.

12.4. As impugnações e pedidos de esclarecimentos deverão estar acompanhados dos documentos necessários para a perfeita identificação da peticionante, bem como de documentos onde seja possível a verificação da capacidade de representação do signatário, sob pena de não conhecimento.

12.5. A impugnação apresentada em desconformidade com as regras previstas neste item será recebida como mera informação.

12.6. Não sendo possível a decisão administrativa pertinente antes da data fixada pelo item 12.2., o processo poderá ser suspenso para análise e possíveis modificações, bem como adiar ou prorrogar o prazo para recebimento das propostas, devendo publicar aviso nos mesmos veículos nos quais foi publicado o Aviso da presente CONCORRÊNCIA.

13. DOS RECURSOS

13.1. A interposição de recurso referente ao julgamento das propostas, à habilitação ou inabilitação de licitantes, à anulação ou revogação da licitação, observará o disposto no [art. 165 da Lei nº 14.133, de 2021](#).

13.2. Quando o recurso apresentado impugnar o julgamento das propostas ou o ato de habilitação ou inabilitação do licitante:

13.2.1. a intenção de recorrer deverá ser manifestada imediatamente, na respectiva sessão de julgamento, sob pena de preclusão;

13.2.2. o prazo para a manifestação da intenção de recorrer será de 10 (dez) minutos.

13.3. O prazo para apresentação das razões recursais é de 3 (três) dias úteis, contados da data de intimação ou da lavratura da ata de habilitação ou inabilitação, a ser apreciado em fase única.

13.4. Os recursos deverão ser encaminhados fisicamente ou enviados para o e-mail: licitacao@cmilhasolteira.sp.gov.br, devendo ser realizado por representante formal da licitante.

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





13.6. Os recursos interpostos fora do prazo não serão conhecidos.

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

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

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

13.10. Não será conhecido o recurso interposto fora do prazo legal ou subscrito por representante não habilitado legalmente ou não identificado no processo como representante da licitante.

13.11. Os autos do processo permanecerão com vista franqueada aos interessados, no endereço constante neste Edital, em local e horário a ser indicado pela Agente de Contratação e Equipe de Apoio.

14. DA HOMOLOGAÇÃO E DA ADJUDICAÇÃO

14.1. Encerradas as fases de julgamento e habilitação, e exauridos os recursos administrativos, o processo licitatório será encaminhado à autoridade superior para adjudicar o objeto e homologar o procedimento, observado o disposto no art. 71 da Lei Federal nº 14.133/2021.

15. DA CONTRATAÇÃO

15.1. Após a homologação, o licitante vencedor será convocado, conforme art. 90 da Lei Federal nº 14.133/2021, para assinar o termo de contrato, ou aceitar ou retirar o instrumento equivalente, no prazo de até 05 (cinco) dias úteis, contados a partir da data de sua convocação, sob pena de decair o direito à contratação, sem prejuízo das sanções previstas na Lei Federal nº 14.133/2021.

15.1.1. O prazo previsto poderá ser prorrogado, por igual período, por solicitação justificada do adjudicatário e aceita pela Administração, durante o transcurso do prazo inicial.

15.2. A formalização da contratação será efetivada mediante a assinatura de termo de contrato, conforme minuta referente ao ANEXO V.

15.3. Se não ocorrer a convocação para a contratação e decorrer o prazo de validade da proposta indicado no edital, ficarão os licitantes liberados dos compromissos assumidos.

15.4. Será admitida a forma eletrônica na celebração de contratos, mediante certificado digital emitido em âmbito da Infraestrutura de Chaves Públicas Brasileira (ICP-Brasil).





15.5. Se o vencedor da licitação se recusar a assinar o contrato ou não retirar o instrumento equivalente, será facultado à Administração convocar os licitantes remanescentes, na ordem de classificação, para celebrar o contrato nas mesmas condições propostas pelo vencedor.

15.5.1. Caso nenhum dos licitantes remanescentes aceitar a contratação, a Administração poderá convocar os licitantes remanescentes para negociação, na ordem de classificação, com vistas à obtenção de preço melhor, mesmo que acima do preço do adjudicatário.

15.5.2. Se restar frustrada a negociação de melhor condição de preço, a Administração poderá adjudicar e celebrar o contrato nas condições ofertadas pelos licitantes remanescentes, atendida a ordem classificatória.

15.6. A recusa injustificada do adjudicatário em assinar o contrato ou em aceitar ou retirar o instrumento equivalente no prazo estabelecido no subitem 15.1 deste Edital caracterizará a conduta tipificada no inciso VI do art. 155 da Lei Federal nº 14.133, de 2021 e o sujeitará à penalidade prevista neste Edital.

15.7. A contratada obriga-se a manter, durante toda a execução dos contratos, as condições de qualificação e habilitação exigidas nesta concorrência, incluída a certificação de qualificação técnica de funcionamento de que tratam o § 1º do art. 4º da Lei Federal nº 12.232/2010.

15.8. Integrarão o contrato a ser firmado, independentemente de transcrição, as condições estabelecidas neste Edital, os elementos apresentados pela licitante vencedora que tenham servido de base para o julgamento desta concorrência.

16. DO PRAZO CONTRATUAL E DO REAJUSTE

16.1. A vigência do contrato será pelo prazo de 12 (doze) meses, contado a partir da data de sua assinatura, podendo ser prorrogado por iguais e sucessivos períodos, nos termos dos arts. 106 e 107 da Lei Federal nº 14.133/2021, por se tratar de serviços contínuos, respeitado o limite decenal.

16.2. O valor estimado da contratação poderá ser reajustado após o interregno mínimo de 12 (doze) meses, contado da data-base do orçamento estimado, mediante aplicação da variação acumulada do Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo – IPCA, divulgado pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE, ou de outro índice oficial que venha a substituí-lo, observadas a disponibilidade orçamentária.

16.3. O reajuste previsto no item anterior incidirá exclusivamente sobre o valor global estimado da contratação, com a finalidade de preservar o poder de compra da verba destinada à execução das ações publicitárias, não implicando alteração dos percentuais de desconto e de remuneração estabelecidos na proposta vencedora, os quais permanecerão aplicáveis sobre os respectivos valores de referência, inclusive sobre os custos internos previstos na tabela vigente do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de São Paulo – SINAPRO/SP.





16.4. O contrato poderá ser alterado consoante o art. 124 da Lei Federal nº 14.133/2021, mediante termo aditivo.

17. DOS DIREITOS AUTORAIS

17.1. As condições e disposições específicas relativas aos direitos autorais observarão o estabelecido no item 20 do Termo de Referência (Anexo II).

18. DAS INFRAÇÕES ADMINISTRATIVAS E DAS SANÇÕES

18.1. Comete infração administrativa o licitante ou contratado que praticar quaisquer das condutas previstas no art. 155 da Lei Federal nº 14.133/2021, sujeitando-se às sanções estabelecidas no art. 156 da referida Lei, observadas as disposições do Termo de Referência (Anexo II) e da Minuta do Contrato (Anexo V) deste Edital, conforme a fase e a natureza da infração.

19. DAS DISPOSIÇÕES GERAIS

19.1. Todas as referências de tempo no Edital, no aviso e durante a sessão pública observarão o Horário de Brasília - DF.

19.2. Será divulgada ata da sessão pública no sítio eletrônico da Câmara Municipal.

19.3. 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 anteriormente estabelecido, desde que não haja comunicação em contrário, pela Agente de Contratação.

19.4. As normas disciplinadoras da licitação serão sempre interpretadas em favor da ampliação da disputa entre os interessados, desde que não comprometam o interesse da Administração, o princípio da isonomia, a finalidade e a segurança da contratação.

19.5. A Câmara Municipal de Ilha Solteira poderá revogar a presente licitação por razões de interesse público decorrente de fato superveniente devidamente comprovado, pertinente e suficiente para justificar o ato, ou anulá-la por ilegalidade, de ofício ou por provocação de terceiros mediante parecer escrito e devidamente fundamentado.

19.6. Os licitantes assumem todos os custos de preparação e apresentação de suas propostas e a Administração não será, em nenhum caso, responsável por esses custos, independentemente da condução ou do resultado do processo licitatório.

19.7. Na contagem dos prazos estabelecidos neste Edital e seus Anexos, deverão ser observadas as regras previstas no art. 183 da Lei Federal nº 14.133, de 2021.

19.8. O desatendimento de exigências formais não essenciais não importará o afastamento do licitante, desde que seja possível o aproveitamento do ato, observados os princípios da isonomia e do interesse público.

19.9. Em caso de divergência entre disposições deste Edital e de seus anexos ou demais peças que compõem o processo, prevalecerá as deste Edital.





ESTADO DE SÃO PAULO

Câmara Municipal de Ilha Solteira

PODER LEGISLATIVO MUNICIPAL

19.10. É facultada à Agente de Contratação e Equipe de Apoio ou à autoridade superior, em qualquer fase desta licitação, promover diligência destinada a esclarecer ou complementar a instrução do processo licitatório, sendo vedada inclusão "a posteriori" de documento ou informação que deveria constar originalmente da proposta.

19.11. O Edital e seus anexos estão disponíveis, na íntegra, no Portal Nacional de Contratações Públicas – PNCP e no site da Câmara Municipal de Ilha Solteira no seguinte endereço: <https://www.cmilhasolteira.sp.gov.br/>.

20. DO FORO

20.1. Fica eleito, para dirimir as questões divergentes oriundas do presente Edital e seus anexos, que não forem resolvidas na esfera administrativa, o foro da comarca de Ilha Solteira/SP, renunciando-se a qualquer outro, por mais privilegiado que seja.

Integram este Edital, para todos os fins e efeitos, os seguintes anexos:

ANEXO I – ESTUDO TÉCNICO PRELIMINAR

ANEXO II – TERMO DE REFERÊNCIA

ANEXO III - BRIEFING

ANEXO IV – MODELO PROPOSTA DE PREÇOS

ANEXO V - MINUTA DE TERMO DE CONTRATO

ANEXO VI – DECLARAÇÃO DE ENQUADRAMENTO NA CONDIÇÃO DE MICRO EMPRESA OU EMPRESA DE PEQUENO PORTE

ANEXO VII - DECLARAÇÃO DE CREDENCIAMENTO DE REPRESENTANTE LEGAL

ANEXO VIII – DECLARAÇÃO DE ELABORAÇÃO INDEPENDENTE DA PROPOSTA

ANEXO IX – DECLARAÇÃO UNIFICADA

Ilha Solteira – SP, 19 de outubro de 2026.

RICARDO CASAGRANDE

Presidente da Câmara Municipal de Ilha Solteira





ANEXO I

ESTUDO TÉCNICO PRELIMINAR

1. INTRODUÇÃO

1.1. Este estudo tem por objetivo avaliar e assegurar a viabilidade da contratação e embasar o Termo de Referência, conforme previsto na Lei 14.133/21, art. 18, inciso II, para prestação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agência de propaganda, em atendimento à Câmara Municipal de Ilha Solteira/SP.

2. SETOR REQUISITANTE

Órgão:	Câmara Municipal de Ilha Solteira – SP
Unidade Requisitante:	Diretoria Executiva
Servidor Responsável pela Demanda:	José Ronaldo Pereira Lacerda

3. OBJETO DA CONTRATAÇÃO

3.1. Contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agência de propaganda, abrangendo o conjunto de atividades realizadas de forma integrada, cujo propósito é o estudo, planejamento, conceituação, criação, execução interna, intermediação, supervisão da execução externa e distribuição de ações publicitárias junto a públicos de interesse da Câmara Municipal de Ilha Solteira/SP.

3.2. DETALHAMENTO DO OBJETO

ITEM	DESCRIÇÃO	UNIDADE	PERÍODO
1	Contratação de agência de propaganda para prestação de serviços de publicidade, nos termos da Lei Federal nº 12.232/2010.	Serviço	12 meses

- a) **Atividades principais:** etapas de estudo, planejamento, criação, execução, intermediação, supervisão e distribuição previstas no art. 2º da Lei nº 12.232/2010.
- b) **Atividades complementares:** pesquisas pertinentes, produção técnica e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária.





- c) **Exclusões:** assessoria de imprensa, relações públicas e eventos festivos, nos termos do art. 2º, § 2º, da Lei nº 12.232/2010. Execução por briefing, proposta técnica e orçamentária, autorização prévia, ordem de serviço, comprovação documental e atesto do fiscal.
- d) Controle de fornecedores e mídia: identificação da Câmara como cliente, autorização prévia, preços documentados, comprovação de execução e destinação à Câmara dos descontos e bonificações negociados na compra de mídia, ressalvado o tratamento próprio do desconto-padrão de agência e dos planos de incentivo, conforme arts. 15, 18 e 19 da Lei nº 12.232/2010.
- e) Qualidade e conformidade: observância dos direitos autorais e de imagem, da acessibilidade quando pertinente, da proteção de dados pessoais, da integridade e das regras eleitorais aplicáveis.

3.3. PREVISÃO NO PLANEJAMENTO DA ADMINISTRAÇÃO

3.3.1. A contratação ainda não se encontra formalmente prevista no Plano de Contratações Anual – PCA, considerando que o planejamento das contratações para o exercício de 2027 encontra-se em fase de elaboração, devendo ser contemplada no respectivo instrumento a parcela da contratação cuja execução esteja prevista para aquele exercício financeiro.

3.3.2. A contratação encontra-se compatível com o planejamento orçamentário da Câmara Municipal, havendo previsão e disponibilidade de créditos orçamentários para suportar as despesas correspondentes à parcela a ser executada no exercício financeiro da contratação, bem como previsão no Plano Plurianual – PPA, observando-se, para os exercícios subsequentes, a disponibilidade dos respectivos créditos orçamentários, nos termos do art. 105 da Lei Federal nº 14.133/2021.

4. JUSTIFICATIVA DA NECESSIDADE DA CONTRATAÇÃO

4.1. A Câmara Municipal de Ilha Solteira necessita planejar, criar, produzir, distribuir e acompanhar ações publicitárias de interesse institucional, destinadas a informar a população, dar publicidade às atividades legislativas e estimular a participação cidadã em temas relevantes para a coletividade. Essas entregas exigem competências integradas de planejamento estratégico, criação, produção, mídia, monitoramento e mensuração, que não se confundem com a mera divulgação ocasional de atos administrativos.

4.2. A comunicação pública é instrumento de concretização dos princípios da publicidade, da transparência e da participação social. Para ser efetiva, deve transformar informações de interesse coletivo em mensagens claras, acessíveis e adequadas aos diferentes públicos, meios e contextos de circulação. A ausência dessa estrutura técnica pode comprometer o alcance das ações institucionais, reduzir a compreensão do cidadão sobre temas relevantes e dificultar a aferição dos resultados obtidos com os recursos públicos.





4.3. A demanda possui caráter continuado porque as necessidades de informação e orientação da população não se encerram em ação isolada: decorrem do calendário legislativo, de campanhas educativas, de temas de interesse local e de situações que exigem comunicação tempestiva.

4.4. A contratação não se destina à promoção pessoal de agentes públicos. Toda ação deverá observar finalidade educativa, informativa ou de orientação social, em conformidade com o art. 37, § 1º, da Constituição Federal, com identidade visual, linguagem e conteúdo vinculados exclusivamente ao interesse público. As aprovações administrativas e a fiscalização deverão verificar essa aderência antes da produção e da veiculação.

4.5. A execução por agência de propaganda é juridicamente exigida para os serviços definidos no art. 2º da Lei nº 12.232/2010. O modelo permite reunir, sob direção técnica única, as fases intelectual, criativa, produtiva, de mídia e de avaliação, com rastreabilidade das aprovações, dos custos e dos resultados. A solução reduz o risco de improvisação, fragmentação de campanhas, comunicação inadequada, pagamento sem lastro documental e perda de eficiência na aplicação dos recursos públicos.

4.6. Sem a contratação, a Câmara teria de realizar contratações avulsas ou concentrar tarefas especializadas em estrutura não dimensionada para planejamento, criação e controle de mídia. Isso aumentaria as interfaces administrativas, enfraqueceria a unidade estratégica das campanhas e dificultaria a responsabilização por prazos, qualidade, custos e resultados. A solução integrada, sob demanda e com autorização prévia, mostra-se, portanto, necessária e proporcional para o interesse público.

5. DA REFERÊNCIA A INSTRUMENTOS DE PLANEJAMENTO

5.1. A unidade competente deverá demonstrar a compatibilidade da contratação com o Plano Plurianual, a Lei de Diretrizes Orçamentárias e a Lei Orçamentária Anual, identificando a programação e a dotação da Câmara pertinentes. Deverá ainda registrar sua previsão no Plano de Contratações Anual, quando elaborado e aplicável, ou a providência de ajuste cabível. A presente análise não substitui a manifestação contábil nem atesta saldo orçamentário ainda não informado.

6. DOS REQUISITOS DA CONTRATAÇÃO

6.1. São requisitos essenciais para contratação:

- a) A Contratada deverá ser agência de propaganda regida pela Lei nº 4.680/1965, com certificado de qualificação técnica de funcionamento, emitido pelo CENP ou por entidade equivalente legalmente reconhecida, nos termos do art. 4º da Lei nº 12.232/2010.
- b) O objeto deverá abranger somente as atividades do art. 2º e § 1º da Lei nº 12.232/2010, vedada a inclusão de assessoria de imprensa, relações públicas, comunicação institucional não publicitária ou eventos festivos.





- c) A agência deverá executar o objeto por demanda, mediante briefing, aprovação e ordem de serviço, mantendo equipe e estrutura capazes de atender às solicitações da Câmara nos prazos definidos.
- d) A contratação de veículos, fornecedores de serviços especializados, direitos autorais ou conexos dependerá de autorização prévia da Câmara, observância dos procedimentos de seleção e comprovação documental de preço e execução.
- e) A execução deverá preservar a transparência, a integridade, a proteção de dados pessoais, os direitos autorais e a vedação constitucional de promoção pessoal de autoridades ou servidores públicos.
- f) A agência deverá manter interlocução técnica apta a receber briefings, elaborar propostas, prestar esclarecimentos, controlar prazos e disponibilizar, em meio físico ou digital, o acervo de peças, aprovações, orçamentos, pedidos de inserção, comprovantes e relatórios de cada ação.
- g) As peças, estratégias e despesas deverão ser previamente aprovadas pela Câmara. A autorização financeira será individualizada, com identificação da demanda, limite de gasto e responsável competente. O núcleo de planejamento, criação e coordenação permanecerá sob responsabilidade da contratada, observadas as condições de contratação de fornecedores especializados e de mídia.
- h) A solução deverá contemplar critérios de qualidade, pertinência ao público, coerência com a finalidade institucional, acessibilidade quando aplicável, sustentabilidade na escolha de materiais e meios e mensuração compatível com cada campanha;
- f) Os serviços serão executados nas instalações da agência contratada ou, quando necessário, nas dependências da Câmara Municipal de Ilha Solteira/SP, conforme as condições estabelecidas no Termo de Referência;
- i) Todos os custos decorrentes da execução dos serviços, incluindo deslocamento, hospedagem, alimentação e demais despesas correlatas, serão de responsabilidade da agência contratada, sem ônus adicional para a Contratante.

Garantia da Proposta

6.2. Não se exigirão garantia de proposta ou garantia de execução, consideradas a execução parcelada por demandas previamente autorizadas, a ausência de pagamento antecipado, o recebimento documentado e o controle dos custos antes de cada autorização. Esses mecanismos permitem tratar os riscos ordinários do modelo descrito sem acrescentar custo financeiro de garantia. A decisão poderá ser revista, com motivação e harmonização das peças antes da publicação, caso a consolidação do orçamento ou dos riscos revele exposição adicional relevante. A dispensa das garantias facultativas dos arts. 58 e 96 da Lei nº 14.133/2021 não afasta a responsabilidade pela qualidade e correção dos serviços.

Da vedação à participação em consórcio





6.3. A participação de empresas reunidas em consórcio fica vedada, nos termos do art. 15 da Lei Federal nº 14.133/2021, por não se mostrar necessária ou vantajosa à presente contratação.

6.4. O objeto consiste na prestação integrada de serviços de publicidade por intermédio de agência de propaganda, regida também pela Lei Federal nº 12.232/2010, cuja execução pressupõe unidade de concepção, planejamento, criação, mídia, produção, acompanhamento e avaliação das ações publicitárias. A atuação por uma única agência favorece a coerência estratégica das campanhas, a definição clara de responsabilidades, a preservação do sigilo das informações e a adequada fiscalização contratual.

6.5. Ademais, o porte, a natureza e a estimativa da contratação não revelam complexidade técnica ou dimensão econômica que justifiquem a formação de consórcios. A sua admissão poderia ampliar a complexidade da gestão, da responsabilização e da fiscalização, sem demonstração de benefício proporcional para a Câmara Municipal.

6.6. A vedação, portanto, não restringe indevidamente a competitividade, pois o mercado conta com agências aptas a executar integralmente o objeto de forma individual, preservando-se a obtenção da proposta mais vantajosa, a eficiência administrativa e a adequada execução contratual.

Justificativa da exigência de experiência mínima na execução dos serviços (art. 67, § 5º, da Lei nº 14.133/2021)

6.7. Considerando a natureza continuada dos serviços objeto da contratação, será exigida, para fins de qualificação técnico-operacional, a comprovação de que a licitante tenha executado serviços similares ao objeto pelo período mínimo de 02 (dois) anos, admitida a comprovação mediante períodos sucessivos ou não.

6.8. A exigência decorre das características específicas da solução pretendida. O objeto não se restringe à criação ou produção isolada de peças publicitárias, mas compreende a execução integrada e continuada de atividades de estudo, planejamento, conceituação, criação, execução, intermediação, supervisão e distribuição de ações publicitárias, envolvendo, ainda, a coordenação de fornecedores especializados e de mídia, o controle de prazos, custos e autorizações e a manutenção da coerência estratégica das campanhas institucionais.

6.9. A execução contratual ocorrerá sob demanda, podendo envolver ações de diferentes características, meios e públicos, decorrentes do calendário legislativo, de campanhas educativas, de temas de interesse local e de necessidades de comunicação que exijam atendimento tempestivo. Nesse contexto, a experiência mínima exigida busca demonstrar que a licitante possui capacidade técnica e operacional para administrar, de forma contínua e coordenada, as diferentes etapas do processo publicitário, inclusive demandas concomitantes, reduzindo os riscos de descontinuidade, atrasos, falhas de coordenação e inadequação das entregas.





6.10. A definição do período **mínimo de 02 (dois) anos** mostra-se razoável e proporcional também diante da perspectiva temporal da contratação. Embora a vigência inicial seja de 12 (doze) meses, trata-se de serviço contínuo cuja duração poderá ser prorrogada sucessivamente, observados os requisitos legais e a vantajosidade das prorrogações, até o limite máximo de 10 (dez) anos previsto no art. 107 da Lei Federal nº 14.133/2021. Nesse cenário, a experiência mínima estabelecida constitui período suficiente para aferir experiência efetiva na prestação continuada de serviços similares, sem impor histórico excessivamente longo ou incompatível com a preservação da competitividade.

6.11. A exigência encontra fundamento no art. 67, § 5º, da Lei Federal nº 14.133/2021, que, em se tratando de serviços contínuos, admite a exigência de certidão ou atestado que demonstre a execução de serviços similares, em períodos sucessivos ou não, por prazo mínimo não superior a 03 (três) anos. Optou-se, portanto, por período inferior ao limite máximo legal, buscando conciliar a segurança da contratação com a preservação da competitividade do certame.

6.12. Dessa forma, a exigência de experiência mínima de 02 (dois) anos mostra-se pertinente, necessária e proporcional às características da contratação, destinando-se à comprovação da capacidade técnico-operacional para a execução continuada dos serviços, sem imposição de requisito excessivo ou indevidamente restritivo à participação de potenciais interessados.

7. ESTIMATIVA DAS QUANTIDADES E MEMÓRIA DE CÁLCULO

7.1. A presente contratação submete-se às disposições da Lei Federal nº 12.232/2010, que estabelece normas gerais para licitação e contratação, pela Administração Pública, de serviços de publicidade prestados por intermédio de agências de propaganda, observadas, complementarmente, as disposições aplicáveis da Lei Federal nº 14.133/2021.

7.2. Considerando as peculiaridades inerentes aos serviços de publicidade, especialmente quanto à impossibilidade de se definir previamente e de forma exata todos os serviços, peças, campanhas, produções e veiculações que serão efetivamente demandados durante a execução contratual, aplica-se a sistemática prevista no art. 6º da Lei Federal nº 12.232/2010, que excepciona, para essa espécie de contratação, a exigência de orçamento estimado em planilhas de quantitativos e preços unitários.

Justificativa para definição do valor estimado

7.3. Não obstante a peculiaridade acima indicada, faz-se necessária a definição de um valor global estimado para a contratação, destinado a estabelecer o limite financeiro da futura execução contratual e possibilitar o adequado planejamento orçamentário da despesa durante o período de sua vigência.

7.4. Para a definição desse montante, inicialmente deve-se considerar que esta será **a primeira contratação de serviços de publicidade realizada pela Câmara Municipal de Ilha Solteira/SP**, inexistindo, portanto, histórico de contratações





anteriores ou dados de execução e consumo que possam ser utilizados como parâmetro para projeção da demanda e do respectivo valor anual.

7.5. Diante da ausência de série histórica própria, a Administração procedeu à análise da disponibilidade orçamentária da Câmara Municipal e dos recursos passíveis de serem destinados às ações de publicidade no período de 12 (doze) meses, estabelecendo-se, a partir desse planejamento, o montante de R\$ 200.000,00 (duzentos mil reais) como limite estimado para a contratação, conforme especificações e quantidades já especificadas nos autos do processo.

ITEM	DESCRIÇÃO	UNIDADE	PERÍODO	VALOR TOTAL (ESTIMADO)
01	Contratação de agência de propaganda para prestação de serviços de publicidade, nos termos da Lei Federal nº 12.232/2010.	Serviço	12 meses	R\$ 200.000,00

7.6. A definição do referido montante não foi considerada de forma isolada. Com a finalidade de aferir sua razoabilidade e compatibilidade com contratações de mesma natureza realizadas pela Administração Pública, procedeu-se, complementarmente, a levantamento de contratações de serviços de publicidade realizadas por outros órgãos do Poder Legislativo, mediante consulta ao Portal Nacional de Contratações Públicas – PNCP, conforme demonstrado a seguir:

Órgão/Entidade	UF	Valor da contratação	Referência/Link PNCP
Câmara Municipal de São Vicente	SP	R\$ 847.065,35	https://pncp.gov.br/app/contratos/49956600000117/2026/3
Câmara de Vereadores de Pindamonhangaba	SP	R\$ 500.000,00	https://pncp.gov.br/app/contratos/53327359000134/2023/3
Câmara Municipal de Lorena	SP	R\$ 574.468,36	https://pncp.gov.br/app/contratos/51627438000135/2026/2
Câmara de Vereadores de Pato Branco	PR	R\$ 300.000,00	https://pncp.gov.br/app/contratos/76898196000145/2025/85
Câmara Municipal de Andradina	SP	R\$ 330.000,00	https://pncp.gov.br/app/editais/46145306000137/2026/3
Câmara Municipal de Caçador	SC	R\$ 240.000,00	https://pncp.gov.br/app/editais/00284689000123/2024/45





ESTADO DE SÃO PAULO

Câmara Municipal de Ilha Solteira

PODER LEGISLATIVO MUNICIPAL

Órgão/Entidade	UF	Valor da contratação	Referência/Link PNCP
Câmara Municipal de Cruzeiro	SP	R\$ 428.518,00	https://pncp.gov.br/app/editais/48410344000103/2025/11
Média das Referências			R\$ 460.007,39

Análise das contratações similares

7.7. Conforme se verifica do levantamento realizado, foram identificadas contratações de serviços de publicidade no âmbito de outros órgãos do Poder Legislativo com valores estimados ou contratados compreendidos entre R\$ 240.000,00 e R\$ 847.065,35, sendo que as referências selecionadas resultaram em valor médio aproximado de R\$ 460.007,39.

7.8. A pesquisa possui caráter referencial e comparativo, considerando que o montante destinado aos serviços de publicidade pode variar significativamente entre os órgãos públicos em razão de fatores como a dimensão da estrutura administrativa, a disponibilidade orçamentária, a abrangência das ações de comunicação e a quantidade e complexidade das campanhas efetivamente desenvolvidas. Por essa razão, os valores identificados não foram utilizados para estabelecer, de forma automática, o orçamento da presente contratação, mas como parâmetro externo para aferição da razoabilidade do limite financeiro definido pela Câmara Municipal.

7.9. Nesse contexto, verifica-se que o valor de R\$ 200.000,00 (duzentos mil reais) previsto para o período de 12 (doze) meses apresenta-se inferior ao menor valor identificado entre as contratações selecionadas, de R\$ 240.000,00, e significativamente inferior à média das referências levantadas, de aproximadamente R\$ 460.007,39.

7.10. Desse modo, considerando tratar-se da primeira contratação dessa natureza realizada pela Câmara Municipal de Ilha Solteira/SP, a inexistência de série histórica própria, a disponibilidade orçamentária e financeira destinada à demanda e os parâmetros externos obtidos junto a outros órgãos do Poder Legislativo, entende-se que o montante de R\$ 200.000,00 (duzentos mil reais) constitui estimativa razoável, prudente e compatível com o planejamento da Administração para atendimento das necessidades da Câmara durante o período de 12 (doze) meses.

Natureza estimativa do valor da contratação

7.11. Ressalta-se que o valor de R\$ 200.000,00 (duzentos mil reais) representa o limite máximo estimado da contratação para o período de 12 (doze) meses, não constituindo obrigação de utilização ou execução integral pela Câmara Municipal.

7.12. A execução dos serviços ocorrerá de acordo com as necessidades efetivamente identificadas ao longo da vigência contratual, mediante planejamento e autorização das respectivas ações de publicidade, observada a disponibilidade orçamentária e financeira da Câmara Municipal, de modo que somente serão executados e





remunerados os serviços efetivamente demandados, autorizados e regularmente prestados.

8. DO LEVANTAMENTO DE MERCADO E DEMONSTRATIVO DA ESCOLHA DA SOLUÇÃO

ALTERNATIVA	ANÁLISE TÉCNICA E ECONÔMICA	CONCLUSÃO
Execução exclusiva por servidores	Não há estrutura interna multidisciplinar permanente que reúna planejamento, criação, produção, mídia, negociação, acompanhamento e mensuração. A montagem dessa estrutura própria demandaria custos permanentes, especialização diversa e escala não demonstrada.	Não recomendada.
Contratações isoladas por peça ou mídia	Fragmenta o planejamento, multiplica procedimentos e interfaces, dificulta a coerência da identidade das campanhas e reduz a capacidade de medição integrada. Também dispersa a responsabilidade sobre prazos, criação e execução.	Não recomendada.
Uma agência de propaganda, sob demanda	Centraliza a responsabilidade técnica e gerencial, preserva unidade estratégica, mantém a Câmara no controle das aprovações e admite contratação transparente de terceiros para cada demanda.	Solução escolhida.
Mais de uma agência	A contratação de mais de uma agência é facultada pelo art. 2º, §§ 3º e 4º, da Lei nº 12.232/2010 e exige motivação, seleção interna das ações e coordenação adicional. O levantamento não demonstrou demanda autônoma ou simultânea que justifique essa estrutura.	Não recomendada no cenário analisado; reavaliar se o dimensionamento final demonstrar necessidade distinta.

8.1. Desta forma, a partir da análise das alternativas apresentadas, considera-se tecnicamente mais adequada às necessidades da Câmara Municipal de Ilha Solteira/SP a contratação de uma única agência de propaganda, mediante licitação, para execução dos serviços sob demanda. A escolha fundamenta-se na necessidade de reunir, sob responsabilidade técnica e gerencial definida, as competências necessárias ao planejamento, à criação, à produção, à distribuição e ao acompanhamento das ações publicitárias, mantendo coerência entre os objetivos da Câmara, as mensagens divulgadas e os públicos que se pretende alcançar.





8.2. A integração dessas atividades permite que cada ação seja desenvolvida a partir de uma orientação estratégica comum, com compatibilidade entre conteúdo, linguagem, meios de divulgação, cronograma e recursos disponíveis. Essa organização favorece a continuidade do planejamento, o aproveitamento dos materiais produzidos e a avaliação dos resultados, além de reduzir riscos de retrabalho, divergências de orientação e atrasos decorrentes da atuação de prestadores sem coordenação conjunta.

8.3. Conforme o diagnóstico apresentado, a execução exclusiva por servidores demandaria a constituição e a manutenção de estrutura multidisciplinar atualmente indisponível, incluindo pessoal especializado, ferramentas e capacidade operacional para as diferentes etapas do trabalho publicitário. Considerando a escala da necessidade identificada, a manutenção permanente dessa estrutura não se mostra suficientemente justificada. A contratação especializada permite acessar essas competências conforme as demandas autorizadas, preservando aos servidores da Câmara as atribuições de definição das prioridades, aprovação das ações e fiscalização contratual.

8.4. A contratação isolada de peças ou de espaços de mídia, por sua vez, apresenta menor adequação ao conjunto de atividades pretendido, pois exigiria que a própria Câmara assumisse a articulação entre planejamento, criação, produção e divulgação. Essa fragmentação ampliaria as interfaces administrativas e dificultaria a atribuição de responsabilidades pelo resultado global das campanhas. Para a necessidade descrita, a unidade de coordenação constitui elemento relevante de qualidade e eficiência.

8.5. Quanto à contratação de mais de uma agência, o art. 2º, §§ 3º e 4º, da Lei nº 12.232/2010 admite essa possibilidade mediante justificativa e exige seleção interna entre as contratadas. No levantamento apresentado, não se identifica demanda que justifique a estrutura adicional de coordenação e distribuição de ações. A opção por uma única relação contratual deverá ser confirmada à luz da programação das demandas e do limite estimado de R\$ 200.000,00 para 12 meses.

8.6. Sob o aspecto econômico, a vantagem esperada da solução escolhida decorre da concentração da coordenação contratual, da redução de procedimentos repetidos e da possibilidade de dimensionar cada ação conforme sua finalidade e a disponibilidade orçamentária. O atendimento sob demanda deverá vincular a execução às solicitações formalmente autorizadas pela Câmara, com definição prévia de escopo, prazos, custos e entregas. A vantajosidade deverá ser sustentada pela pesquisa de preços, pelas condições de remuneração obtidas na licitação e pela verificação dos custos de cada serviço, inclusive produção e veiculação.

8.7. A atuação coordenada favorece a identificação do responsável pelos prazos e pela compatibilidade das entregas. A Câmara manterá a aprovação das campanhas, orçamentos e planos de mídia, além da fiscalização dos resultados. Os fornecedores especializados observarão cadastramento, cotações e controle documental; a mídia





terá comprovação de preço e veiculação, conforme arts. 14 a 16 da Lei nº 12.232/2010.

8.8. A escolha apoia-se na integração técnica do objeto, na capacidade administrativa disponível e no controle das despesas. A análise de alternativas cumpre a função do art. 18, § 1º, V, da Lei nº 14.133/2021, aplicada por seu art. 186, devendo a vantagem econômica ser confirmada pela pesquisa e pela memória de cálculo do orçamento, sem presumir redução percentual de custo ainda não demonstrada.

8.9. Levantamento dos parâmetros econômicos e da ponderação técnica e preço

8.9.1. Integra a fundamentação deste ETP a **Justificativa dos Parâmetros Econômicos da Proposta de Preços e da Ponderação entre Técnica e Preço (em anexo)**, elaborada para esta contratação. O levantamento nela documentado examinou instrumentos convocatórios de outras Câmaras Municipais, priorizando procedimentos recentes e, sempre que disponíveis, referências do Estado de São Paulo com estrutura de remuneração comparável. A pesquisa distingue o desconto sobre custos internos, os honorários de três grupos de serviços especializados e a remuneração de mídia digital sem desconto de agência.

8.9.2. Conforme o quadro comparativo da justificativa, Andradina/SP, Lorena/SP e Cajamar/SP adotaram desconto mínimo de 30% sobre a tabela SINAPRO/SP, honorários máximos de 15% para produção externa, pesquisas e formas inovadoras e remuneração máxima de 20% para mídia digital sem desconto de agência. Pindamonhangaba/SP adotou os mesmos parâmetros, exceto pelo teto de 15% para mídia digital; Petrópolis/RJ adotou desconto mínimo de 40%, honorários de até 15% e remuneração digital de até 20%. As diferenças foram consideradas na análise, sem equiparação automática de condições comerciais distintas.

8.9.3. As referências foram utilizadas para identificar práticas recorrentes e a aderência do modelo de remuneração, sem cálculo de média aritmética dos percentuais. Os procedimentos com outras formas de agrupamento, descontos ou pontuação, relacionados na justificativa, constituem referências complementares. Essa pesquisa fundamenta os limites de aceitabilidade e deve permanecer nos autos com suas fontes; não se confunde com a comparação dos valores globais da seção 7.

8.9.4. Quanto à ponderação, o levantamento documenta a proporção de 70% para técnica e 30% para preço em Andradina/SP, Lorena/SP, Pindamonhangaba/SP e São Vicente/SP, e a proporção de 50% para cada componente em Caçador/SC. A recorrência de 70% e 30% reforça a adequação da escolha, cuja motivação principal decorre das características intelectuais, estratégicas e criativas do objeto, conforme a seção 12.

9. DESCRIÇÃO DA SOLUÇÃO COMO UM TODO

9.1. A solução compreende a contratação de uma agência de propaganda para desenvolver, de forma integrada, as ações publicitárias autorizadas pela Câmara. O ciclo de execução envolverá recebimento do briefing, diagnóstico e planejamento,





apresentação de proposta técnica e orçamentária, aprovação, criação, produção e/ou veiculação, comprovação da execução, aferição dos resultados e arquivamento do acervo contratual. A agência atuará por ordem e conta da Câmara na compra de mídia e na contratação de fornecedores especializados, observadas as autorizações e os controles legalmente exigidos.

9.2. A Administração conservará as decisões de mérito, a aprovação das peças, a autorização de despesas e o atesto dos serviços. À agência caberá a responsabilidade técnica pela consistência das soluções, pela coordenação das fases contratadas e pela documentação de cada etapa. A divisão de responsabilidades assegura autonomia técnica para a criação, sem deslocar da Câmara o controle sobre finalidade pública, legalidade, oportunidade e gasto.

10. DA ESTIMATIVA DE PREÇOS

10.1. O limite global estimado da contratação é de R\$ 200.000,00 (duzentos mil reais) para 12 meses, conforme a seção 7, sem obrigação de consumo integral. A Justificativa dos Parâmetros Econômicos da Proposta de Preços e da Ponderação entre Técnica e Preço complementa a instrução econômica ao fixar as condições de remuneração e aceitabilidade das propostas. A verba de R\$ 80.000,00 da campanha simulada possui finalidade exclusivamente técnica e não altera o limite contratual. Os documentos de suporte deverão identificar fontes, datas, comparabilidade, programação de uso, tabela de custos internos e bases de incidência, observadas as peculiaridades da Lei nº 12.232/2010 e, subsidiariamente, os arts. 18 e 23 da Lei nº 14.133/2021.

10.2. A comparação econômica das propostas manterá a cesta referencial comum prevista no TR, com bases e valores representativos da utilização estimada, divulgados previamente e iguais para todas as licitantes. Os limites percentuais ficam definidos nos subitens seguintes. A composição monetária da cesta, a edição e a data-base da tabela SINAPRO/SP e o exemplo de cálculo deverão constar do anexo de preços antes da publicação. A cesta constitui instrumento de julgamento, não autoriza a execução da campanha simulada e não garante consumo.

Parâmetros econômicos adotados

10.3. Com fundamento no levantamento da seção 8.9 e na justificativa específica integrante dos autos, adotam-se obrigatoriamente os seguintes parâmetros para a proposta de preços:

- a) desconto mínimo de 30% (trinta por cento) sobre os custos internos da agência calculados pela Tabela Referencial de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de São Paulo – SINAPRO/SP;
- b) honorários máximos de 15% (quinze por cento) sobre os custos relativos à produção e à execução técnica de peças e materiais por fornecedores especializados;





c) honorários máximos de 15% (quinze por cento) sobre os custos de planejamento e execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes ao objeto;

d) honorários máximos de 15% (quinze por cento) sobre os custos de criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária por fornecedores especializados; e

e) remuneração máxima de 20% (vinte por cento) sobre a aquisição de mídia digital, exclusivamente quando o veículo ou plataforma não remunerar a agência mediante desconto de agência ou remuneração equivalente.

10.4. Os percentuais são limites de aceitabilidade, e não taxas fixas de contratação. As licitantes poderão oferecer desconto superior ao mínimo e honorários ou remuneração inferiores aos tetos, inclusive zero, observadas a metodologia de julgamento e a demonstração de exequibilidade quando necessária. O desconto não poderá superar 100%, e os demais percentuais não poderão ser negativos. Durante a execução, aplicar-se-ão os percentuais efetivamente contratados, sobre bases aprovadas e comprovadas, sem sobreposição de categorias ou cobrança duplicada.

10.5. A identificação da edição e da data-base da tabela SINAPRO/SP deverá ser uniforme no edital e nos anexos. Os serviços internos serão remunerados pela tabela assim identificada, abatido o desconto ofertado, e as despesas de terceiros e de mídia pelas respectivas bases líquidas.

11. JUSTIFICATIVA PARA O NÃO PARCELAMENTO DO OBJETO

11.1. A opção por um único vínculo contratual fundamenta-se na interdependência entre planejamento, criação, produção, mídia e avaliação. No cenário analisado, a fragmentação exigiria coordenação especializada adicional pela Câmara, aumentaria interfaces e dificultaria a responsabilização pelo resultado das campanhas. A decisão observa a análise de viabilidade e de vantagem do parcelamento prevista no art. 47, inciso II e § 1º, da Lei nº 14.133/2021, em articulação com o art. 2º da Lei nº 12.232/2010.

11.2. Fica vedada a participação de empresas em consórcio, pois o objeto pode ser integralmente executado por agência de propaganda individualmente habilitada no mercado. A admissão de consórcios aumentaria a complexidade da gestão, fiscalização e responsabilização contratual, sem benefício técnico ou econômico demonstrado para a Câmara Municipal.

12. RESULTADOS PRETENDIDOS E CRITÉRIOS DE SELEÇÃO

12.1. Pretende-se ampliar a compreensão das atividades legislativas e dos canais de participação, melhorar a adequação das mensagens aos públicos definidos e manter rastreabilidade das despesas. Cada briefing deverá indicar metas compatíveis com seu objetivo e forma de aferição, como alcance e frequência, entrega de materiais, acessos a conteúdo ou ações de participação, quando mensuráveis.





12.2. A fiscalização acompanhará o cumprimento dos prazos, a conformidade das peças, a cobertura dos documentos de produção e mídia e a correspondência entre gasto autorizado e comprovado. Métricas de audiência serão identificadas por fonte e período, distinguindo-se estimativas de planejamento e resultados efetivamente verificados.

12.3. A seleção será realizada por concorrência, com julgamento por técnica e preço e observância do rito especial da Lei nº 12.232/2010. Ficam adotados os pesos de 70% (setenta por cento) para a Proposta Técnica e 30% (trinta por cento) para a Proposta de Preços, observado o art. 36, § 2º, da Lei nº 14.133/2021. Cada componente será apurado em escala de 100 pontos. A nota técnica seguirá os critérios de diagnóstico, estratégia, criação, mídia, atendimento, repertório e soluções; a nota de preço decorrerá do custo comparável da mesma cesta referencial, considerando os cinco componentes e os limites da seção 10, conforme a metodologia do TR.

12.4. A preponderância técnica fundamenta-se na natureza intelectual, estratégica e criativa dos serviços e na influência da qualidade do planejamento sobre a clareza das mensagens, a adequação aos públicos, a seleção dos meios e os resultados das campanhas. O Plano de Comunicação Publicitária, desenvolvido a partir de briefing uniforme, permite avaliar a compreensão do desafio institucional e a capacidade de propor solução coerente, executável e compatível com a verba simulada. Diferenças nesses atributos repercutem na utilidade do gasto e justificam a atribuição do peso técnico máximo admitido.

12.5. O peso de 30% para preço mantém influência efetiva das condições comerciais na classificação, mediante valoração do desconto sobre custos internos e dos percentuais de honorários e remuneração. A proporção de 70% e 30% é corroborada pelo levantamento da justificativa específica, mas não decorre somente da prática de outros órgãos. Resulta da necessidade de conciliar qualidade publicitária e economicidade no objeto concreto, com critérios previamente divulgados e julgamento motivado. A nota final observará a fórmula $NF = 0,70 \times NT + 0,30 \times NP$, explicitada no TR.

12.6. A ponderação técnica busca reconhecer diferenças de qualidade que influenciam o alcance, a clareza, a adequação ao público e a aplicação eficiente da verba. A proposta deverá alcançar no mínimo 75 pontos, com atendimento aos quatro quesitos do Plano de Comunicação, para evitar seleção de solução que não demonstre capacidade mínima de executar o ciclo completo. Os subcritérios do TR orientarão motivação individualizada e julgamento objetivo; a habilitação comprovará requisitos mínimos e não será confundida com a pontuação de qualidade.

12.7. DA MOTIVAÇÃO PARA O JULGAMENTO NA FORMA PRESENCIAL

12.7.1. A Lei Federal nº 14.133/2021 estabelece, em seu art. 17, § 2º, que as licitações serão realizadas preferencialmente sob a forma eletrônica, admitindo, contudo, a utilização da forma presencial, desde que devidamente motivada, hipótese em que a sessão pública deverá ser registrada em ata e gravada em áudio e vídeo.





12.7.2. No caso da presente contratação, destinada à prestação de serviços de publicidade por intermédio de agência de propaganda, o procedimento licitatório submete-se às disposições específicas da Lei Federal nº 12.232/2010, cuja sistemática estabelece rito próprio para apresentação, processamento e julgamento das propostas, especialmente com a finalidade de assegurar a avaliação do Plano de Comunicação Publicitária sem o conhecimento prévio de sua autoria.

12.7.3. Com efeito, os arts. 6º, 9º e 11 da Lei Federal nº 12.232/2010 estabelecem procedimentos específicos relacionados à apresentação do Plano de Comunicação Publicitária em vias identificadas e não identificadas, à utilização de invólucros distintos, ao julgamento pela Subcomissão Técnica e à posterior realização de sessão pública para cotejo entre as vias identificadas e não identificadas, permitindo somente nesse momento a identificação de sua autoria. A relevância dessa garantia é reforçada pelo art. 12 da mesma Lei, que prevê a anulação do certame em caso de descumprimento das disposições destinadas a assegurar o julgamento sem conhecimento prévio da autoria.

12.7.4. Nesse contexto, não foi identificada, dentre as soluções eletrônicas atualmente disponíveis e de domínio operacional da equipe responsável pelo processamento do certame, ferramenta que assegure, com o necessário grau de segurança, a reprodução integral dessas particularidades procedimentais, especialmente quanto à preservação da via não identificada, à segregação dos documentos da Proposta Técnica, ao seu encaminhamento à Subcomissão Técnica sem identificação da autoria e ao posterior cotejo entre as respectivas vias.

12.7.5. A opção pela forma presencial não decorre, portanto, de mera conveniência administrativa, mas da necessidade de assegurar, no caso concreto, maior controle, segurança e aderência ao rito especial estabelecido pela Lei Federal nº 12.232/2010, evitando riscos de identificação antecipada da autoria das propostas ou de comprometimento da sequência procedimental legalmente estabelecida.

12.7.6. Dessa forma, considera-se justificada a adoção da forma presencial para realização da presente licitação, nos termos do art. 17, § 2º, da Lei Federal nº 14.133/2021, devendo as sessões públicas ser devidamente registradas em ata e gravadas em áudio e vídeo, com a juntada das respectivas gravações aos autos do processo licitatório.

13. PROVIDÊNCIAS NECESSÁRIAS

Para concluir a preparação da concorrência, deverão ser adotadas as seguintes providências:

- a) comprovar a adequação orçamentária e completar as bases monetárias da cota e a identificação da edição e data-base da tabela SINAPRO/SP, observados os limites econômicos e os pesos já definidos neste ETP e na justificativa específica;





- b) aprovar e juntar o briefing da campanha simulada, com verba de referência de R\$ 80.000,00, objetivos e condições uniformes, juntamente com a matriz de avaliação, os modelos e as regras de apresentação das propostas;
- c) a condução do procedimento licitatório ficará a cargo da Agente de Contratação e respectiva Equipe de Apoio, cabendo à Subcomissão Técnica a análise e o julgamento das propostas técnicas constantes dos Envelopes nº 1 e nº 3, nos termos do art. 10 e seus parágrafos da Lei Federal nº 12.232/2010. A composição da Subcomissão observará o resultado e a ordem cronológica do Chamamento Público nº 001/2026 – Inexigibilidade nº 001/2026 – Processo Administrativo nº 005/2026, realizado para essa finalidade;
- d) designar e orientar fiscal responsável pelo recebimento dos serviços, estabelecer rotinas de aprovação e transparência e submeter edital e minuta contratual ao controle jurídico prévio do art. 53 da Lei nº 14.133/2021;
- e) motivar e ratificar a forma presencial, observar o prazo mínimo de 35 dias úteis para propostas, assegurar as publicações legais e verificar a consistência de todos os anexos antes do início da fase externa.

14. RISCOS E MEDIDAS MITIGADORAS

RISCO	CONSEQUÊNCIA	MEDIDA DE TRATAMENTO
Briefing impreciso	Propostas ou entregas desalinhadas, retrabalho e atraso.	Aprovação prévia pela área demandante, com objetivos, público, verba referencial, prazos, entregas e indicadores.
Quebra de anonimato da via não identificada	Desclassificação da proposta ou anulação do certame, conforme a causa e a responsabilidade apuradas.	Invólucro padronizado, custódia documentada pela Comissão, vedação de sinais identificadores e acesso da Subcomissão limitado às vias legalmente autorizadas.
Custos de terceiros sem evidência suficiente	Sobrepço ou pagamento indevido.	Cadastramento dos fornecedores pela Câmara, três cotações efetivas, sessão de coleta quando exigível, autorização de gastos, atesto e documentação; exceções somente mediante decisão fundamentada.
Veiculação sem comprovação	Impossibilidade de atesto, transparência insuficiente e pagamento indevido.	Pedidos de inserção, tabelas, relatórios, evidências por meio e checagem de mídia quando possível.
Ação com conteúdo promocional pessoal	Violação constitucional e eleitoral.	Verificação prévia da finalidade pública, da competência legislativa e das regras constitucionais e eleitorais; consulta jurídica quando houver dúvida concreta.





RISCO	CONSEQUÊNCIA	MEDIDA DE TRATAMENTO
Uso irregular de dados, imagem ou criação de terceiros	Responsabilização da Câmara, indisponibilidade da peça e dano reputacional.	Verificação prévia de bases legais, licenças, cessões, créditos e autorizações.
Atraso de fornecedor ou veículo	Comprometimento do cronograma e da utilidade da campanha.	Cronograma aprovado, acompanhamento do gestor, planos de contingência e registro das ocorrências. A matriz de riscos deverá ser mantida atualizada pelo gestor. Também serão controlados o dimensionamento sem memória de cálculo, a cobrança cumulativa de remunerações, a perda de arquivos ou licenças ao término do contrato e a publicação de edital sem briefing ou critérios comerciais consolidados. Os tratamentos correspondem à pesquisa documentada, às bases de pagamento do TR, à entrega do acervo e à verificação formal dos anexos antes da divulgação.

15. CONTRATAÇÕES CORRELATAS/INTERDEPENDENTES

15.1. Registra-se como providência procedimental preparatória e interdependente para o julgamento das propostas técnicas, a constituição da Subcomissão Técnica, nos termos do art. 10 e seus parágrafos da Lei Federal nº 12.232/2010, observados o resultado e a ordem decorrentes do Chamamento Público nº 001/2026 – Inexigibilidade nº 001/2026 – Processo Administrativo nº 005/2026, realizado para essa finalidade.

16. POSSÍVEIS IMPACTOS AMBIENTAIS

16.1. Os impactos ambientais previsíveis concentram-se no consumo de papel, tintas, materiais gráficos, energia e equipamentos, além da geração de resíduos decorrentes da produção e distribuição. Deverão ser dimensionadas tiragens compatíveis com o público, priorizados arquivos reutilizáveis e provas digitais quando adequados e especificados materiais recicláveis ou reciclados de acordo com a viabilidade técnica. A escolha de meios digitais considerará alcance e acessibilidade, evitando excluir públicos com menor conectividade. As exigências serão proporcionais à demanda e não imporão certificações sem justificativa.

17. DECLARAÇÃO DE VIABILIDADE DE CONTRATAÇÃO

17.1. Considerando a necessidade pública identificada, os requisitos estabelecidos para a contratação, os quantitativos estimados, o levantamento de mercado, a





ESTADO DE SÃO PAULO

Câmara Municipal de Ilha Solteira

PODER LEGISLATIVO MUNICIPAL

estimativa do valor da contratação e as demais análises desenvolvidas no presente Estudo Técnico Preliminar, declara-se **VIÁVEL** a contratação pretendida, por se mostrar adequada ao atendimento da necessidade da Câmara Municipal de Ilha Solteira/SP.

17.2. A contratação deverá observar as condições, requisitos e orientações técnicas estabelecidas neste estudo, bem como as disposições da Lei Federal nº 12.232/2010, da Lei Federal nº 14.133/2021 e demais normas aplicáveis.





APÊNDICE I – ESTUDO TÉCNICO PRELIMINAR

Justificativa dos Parâmetros Econômicos da Proposta de Preços e da Ponderação entre Técnica e Preço

A presente justificativa tem por finalidade demonstrar os critérios utilizados para a definição dos **parâmetros econômicos e percentuais máximos e mínimos aplicáveis à Proposta de Preços**, bem como da **ponderação atribuída às Propostas Técnica e de Preços**, da futura licitação destinada à contratação de agência de propaganda para prestação de serviços de publicidade, nos termos da Lei Federal nº 12.232/2010 e da Lei Federal nº 14.133/2021.

Considerando as particularidades inerentes à remuneração dos serviços de publicidade prestados por intermédio de agências de propaganda, a avaliação econômica das propostas não se restringe à indicação de um preço global, envolvendo diferentes formas de remuneração relacionadas aos serviços executados diretamente pela agência, aos serviços especializados prestados por terceiros e à intermediação de mídia.

Nesse contexto, foram considerados como parâmetros sujeitos à valoração na Proposta de Preços:

- a) **percentual de desconto** incidente sobre os custos internos da agência, calculados com base na Tabela Referencial de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de São Paulo – SINAPRO/SP;
- b) **percentual de honorários** incidentes sobre os custos relativos à produção e à execução técnica de peças e materiais realizadas por fornecedores especializados;
- c) **percentual de honorários** incidentes sobre os custos de planejamento e execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento;
- d) **percentual de honorários** incidentes sobre os custos de criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária; e
- e) **percentual de remuneração** incidente sobre a aquisição de mídia digital, nos casos em que os respectivos veículos não remunerem a agência mediante o desconto de agência.

Além dos parâmetros econômicos acima relacionados, considerando a adoção do **critério de julgamento de técnica e preço**, a presente justificativa contempla também a definição da ponderação a ser atribuída a cada um desses componentes para obtenção da pontuação final das propostas, observada a **proporção máxima de 70% (setenta por cento) de valoração da Proposta Técnica**, nos termos do art. 36, § 2º, da Lei Federal nº 14.133/2021.





2. DA METODOLOGIA ADOTADA PARA DEFINIÇÃO DOS PARÂMETROS E DA PONDERAÇÃO

Considerando a necessidade de estabelecer parâmetros economicamente adequados e compatíveis com as práticas observadas em contratações de mesma natureza, foi realizado **levantamento comparativo de procedimentos licitatórios promovidos por outros órgãos do Poder Legislativo Municipal**, especialmente Câmaras Municipais que realizaram contratação de agências de propaganda submetida à disciplina da Lei Federal nº 12.232/2010.

A pesquisa buscou identificar, nos respectivos instrumentos convocatórios, os percentuais mínimos de desconto e os limites máximos de honorários ou remuneração admitidos para cada uma das parcelas integrantes da Proposta de Preços, permitindo avaliar a recorrência dos critérios utilizados em contratações similares.

Para conferir maior aderência à realidade da futura contratação, foram priorizados, sempre que disponíveis, procedimentos recentes promovidos por Câmaras Municipais, com especial atenção às contratações realizadas no Estado de São Paulo e àquelas cuja sistemática de formação e julgamento da Proposta de Preços apresentasse estrutura semelhante à pretendida pela Câmara Municipal de Ilha Solteira/SP.

Os resultados obtidos não foram utilizados como simples média aritmética dos percentuais encontrados, uma vez que os instrumentos pesquisados apresentam particularidades quanto à forma de remuneração e aos critérios de julgamento. O levantamento foi utilizado como **parâmetro comparativo para identificação das práticas recorrentes adotadas em contratações similares**, especialmente quanto aos limites destinados a preservar simultaneamente a economicidade, a exequibilidade das propostas e a competitividade do certame.

Complementarmente, a pesquisa buscou identificar, nos instrumentos convocatórios analisados, a ponderação atribuída às Propostas Técnica e de Preços, com a finalidade de verificar os critérios utilizados por outros órgãos do Poder Legislativo Municipal em contratações de mesma natureza.

3. DO LEVANTAMENTO COMPARATIVO

A partir da metodologia anteriormente descrita, foram analisados instrumentos convocatórios de contratações de serviços de publicidade promovidas por Câmaras Municipais, buscando-se identificar os parâmetros econômicos estabelecidos para apresentação e julgamento das respectivas Propostas de Preços.

Dentre as contratações pesquisadas, foram selecionadas como **referências principais** aquelas que adotaram estrutura de remuneração diretamente comparável à pretendida para a presente contratação, mediante individualização dos percentuais





ESTADO DE SÃO PAULO

Câmara Municipal de Ilha Solteira

PODER LEGISLATIVO MUNICIPAL

incidentes sobre os custos internos da agência, serviços especializados de terceiros, pesquisas, formas inovadoras de comunicação publicitária e aquisição de mídia digital.

O levantamento resultou nos seguintes parâmetros:

Órgão	Descont o sobre Tabela SINAPR O	Honorário s – Produção e execução técnica	Honorário s – Pesquisas e avaliação	Honorário s – Formas inovadora s	Remuneraçã o – Mídia digital
Câmara Municipal de Andradina/SP – 2026	mín. 30%	máx. 15%	máx. 15%	máx. 15%	máx. 20%
Câmara Municipal de Lorena/SP – 2025	mín. 30%	máx. 15%	máx. 15%	máx. 15%	máx. 20%
Câmara Municipal de Cajamar/SP – 2025	mín. 30%	máx. 15%	máx. 15%	máx. 15%	máx. 20%
Câmara Municipal de Pindamonhangaba/SP – 2023	mín. 30%	máx. 15%	máx. 15%	máx. 15%	máx. 15%
Câmara Municipal de Petrópolis/RJ – 2026	mín. 40%	máx. 15%	máx. 15%	máx. 15%	máx. 20%

Dos documentos analisados no processo de pesquisa, verifica-se, por exemplo, que a Câmara Municipal de Andradina/SP estabeleceu como condição de aceitabilidade desconto não inferior a **30%** sobre a Tabela Referencial de Custos Internos do SINAPRO/SP, honorários não superiores a **15%** para produção externa, pesquisas e formas inovadoras de comunicação e remuneração não superior a **20%** para mídia digital sem desconto de agência.

A Câmara Municipal de Lorena/SP adotou os mesmos limites, estabelecendo teto de **15%** para os três grupos de honorários, **20%** para a remuneração sobre mídia digital e desconto mínimo de **30%** sobre a Tabela Referencial de Custos Internos do SINAPRO/SP. A Câmara Municipal de Pindamonhangaba/SP, por sua vez, igualmente adotou desconto mínimo de **30%** e honorários máximos de **15%** para produção externa, pesquisas e formas inovadoras, diferenciando-se apenas quanto à mídia digital, para a qual estabeleceu também o limite máximo de **15%**.

Quanto aos serviços executados internamente pela agência e remunerados com base na Tabela Referencial de Custos Internos do SINAPRO, verificou-se adoção recorrente do **desconto mínimo de 30% (trinta por cento)**, especialmente nas referências do Estado de São Paulo, enquanto Petrópolis/RJ estabeleceu desconto mínimo de 40% (quarenta por cento).





Além das referências diretamente comparáveis, foram analisados outros procedimentos promovidos por Câmaras Municipais que adotaram metodologias distintas de composição ou valoração da proposta econômica, a exemplo de São Vicente/SP, Caçador/SC, Cruzeiro/SP, Lages/SC, Araucária/PR e Quedas do Iguaçu/PR. Essas referências foram consideradas como elementos complementares da pesquisa, mas não utilizadas para obtenção de média aritmética, justamente porque apresentam diferentes formas de agrupamento dos honorários, faixas de descontos ou critérios próprios de pontuação.

A título exemplificativo, São Vicente/SP adotou desconto mínimo de **55%** sobre os custos internos referenciados pela SINAPRO/SP e honorários máximos de **8,2%** sobre serviços de terceiros, demonstrando a existência de modelos econômicos mais restritivos. Já Caçador/SC estabeleceu desconto sobre a tabela SINAPRO/SC limitado a **30%** e honorários de produção externa de até **15%**, utilizando apenas esses dois componentes principais na valoração da proposta.

O levantamento permitiu, ainda, identificar a ponderação atribuída às Propostas Técnicas e de Preços nos procedimentos em que essa informação se encontrava expressamente estabelecida no instrumento convocatório, conforme demonstrado a seguir:

Órgão	Proposta Técnica	Proposta de Preços
Câmara Municipal de Andradina/SP – 2026	70%	30%
Câmara Municipal de Lorena/SP – 2025	70%	30%
Câmara Municipal de Pindamonhangaba/SP – 2023	70%	30%
Câmara Municipal de São Vicente/SP – 2025	70%	30%
Câmara Municipal de Caçador/SC – 2024	50%	50%

4. DA ANÁLISE DOS RESULTADOS E DEFINIÇÃO DOS PARÂMETROS ECONÔMICOS

A análise das referências principais evidencia acentuada convergência entre os parâmetros econômicos adotados nas contratações similares, especialmente entre as Câmaras Municipais do Estado de São Paulo.

Quanto aos honorários incidentes sobre produção e execução técnica de peças e materiais, planejamento e execução de pesquisas e instrumentos de avaliação e geração de conhecimento e criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, todas as referências principais pesquisadas adotaram o percentual de 15% (quinze por cento) como limite máximo admissível.





Em relação à remuneração incidente sobre a **aquisição de mídia digital nos casos em que os veículos não remunerem a agência mediante desconto de agência**, verificou-se predominância do limite máximo de 20% (vinte por cento), adotado por Andradina/SP, Lorena/SP, Cajamar/SP e Petrópolis/RJ, enquanto Pindamonhangaba/SP estabeleceu limite mais restritivo de 15% (quinze por cento).

Quanto aos serviços executados internamente pela agência e remunerados segundo a **Tabela Referencial de Custos Internos do SINAPRO**, verificou-se a adoção recorrente de desconto mínimo de 30% (trinta por cento), especialmente nas referências do Estado de São Paulo, enquanto outros procedimentos pesquisados estabeleceram percentuais superiores ou metodologias distintas de valoração.

A convergência observada permite concluir que os percentuais identificados não constituem parâmetros isoladamente escolhidos pela Administração, mas encontram correspondência objetiva em contratações públicas de mesma natureza, inclusive realizadas por outros órgãos do Poder Legislativo Municipal.

Diante dos resultados obtidos, entende-se adequado estabelecer, para a futura contratação da Câmara Municipal de Ilha Solteira/SP, os seguintes limites:

- a)** desconto mínimo de **30% (trinta por cento)** sobre os custos internos calculados com base na Tabela Referencial de Custos Internos do SINAPRO/SP;
- b)** honorários máximos de **15% (quinze por cento)** sobre os custos relativos à produção e à execução técnica de peças e materiais por fornecedores especializados;
- c)** honorários máximos de **15% (quinze por cento)** sobre os custos de planejamento e execução de pesquisas e outros instrumentos de avaliação e geração de conhecimento;
- d)** honorários máximos de **15% (quinze por cento)** sobre os custos de criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária; e
- e)** remuneração máxima de **20% (vinte por cento)** sobre a aquisição de mídia digital, nos casos em que os veículos não remunerem a agência mediante o desconto de agência.

Os percentuais acima constituem limites objetivos para apresentação e aceitabilidade das Propostas de Preços, devendo ser observados pelos licitantes na formulação de suas propostas, sem prejuízo da aplicação dos critérios de pontuação e julgamento econômico estabelecidos no instrumento convocatório.

5. DA ANÁLISE E DEFINIÇÃO DA PONDERAÇÃO ENTRE TÉCNICA E PREÇO

A análise dos instrumentos convocatórios pesquisados permitiu verificar, além dos parâmetros econômicos anteriormente examinados, os pesos atribuídos às Propostas Técnica e de Preços para obtenção da classificação final dos licitantes.





ESTADO DE SÃO PAULO

Câmara Municipal de Ilha Solteira

PODER LEGISLATIVO MUNICIPAL

Nos termos do art. 36, § 2º, da Lei Federal nº 14.133/2021, no julgamento por técnica e preço deverão ser avaliadas e ponderadas as propostas técnicas e, em seguida, as propostas de preços apresentadas pelos licitantes, sendo admitida a atribuição de proporção máxima de 70% (setenta por cento) de valoração para a Proposta Técnica.

Conforme demonstrado no levantamento comparativo, verificou-se predominância da ponderação de 70% (setenta por cento) para a Proposta Técnica e 30% (trinta por cento) para a Proposta de Preços, sistemática identificada nas contratações promovidas pelas Câmaras Municipais de Andradina/SP, Lorena/SP, Pindamonhangaba/SP e São Vicente/SP. Como referência comparativa distinta, a Câmara Municipal de Caçador/SC adotou ponderação equivalente de 50% (cinquenta por cento) para cada componente.

A predominância identificada constitui elemento de referência para a definição do critério a ser adotado pela Câmara Municipal de Ilha Solteira/SP, demonstrando que a atribuição de maior peso à técnica encontra correspondência em contratações promovidas por outros órgãos do Poder Legislativo Municipal para objeto de mesma natureza.

A prestação de serviços de publicidade envolve atividades de natureza predominantemente intelectual, estratégica e criativa, compreendendo estudo, planejamento, conceituação, criação, execução e desenvolvimento de soluções de comunicação, de modo que a qualidade técnica possui influência direta sobre os resultados pretendidos pela Administração.

Essa relevância é evidenciada pela própria sistemática estabelecida pela Lei Federal nº 12.232/2010 para avaliação da Proposta Técnica, especialmente mediante apresentação do Plano de Comunicação Publicitária, elaborado a partir do briefing fornecido pela Administração, por meio do qual se torna possível avaliar, mediante critérios previamente estabelecidos no instrumento convocatório, a capacidade das licitantes de compreender o desafio de comunicação e desenvolver solução publicitária adequada às necessidades institucionais da Câmara Municipal.

A atribuição de maior peso à técnica permite, assim, que a classificação final reflita predominantemente a qualidade da solução publicitária apresentada. Por outro lado, a atribuição de 30% (trinta por cento) à Proposta de Preços preserva participação economicamente relevante desse componente no resultado final, permitindo que os descontos, honorários e demais formas de remuneração ofertados pelos licitantes repercutam efetivamente na classificação.

Importa destacar que a opção pela proporção máxima autorizada para a técnica não decorre exclusivamente da recorrência identificada na pesquisa comparativa. O levantamento constitui elemento de confirmação da adequação do critério, enquanto seu fundamento principal reside nas características do objeto e na relevância da capacidade técnica, estratégica e criativa da futura contratada para o alcance dos resultados pretendidos pela Câmara Municipal.





Dessa forma, considerando as características da contratação, a sistemática especial da Lei Federal nº 12.232/2010, o limite estabelecido pelo art. 36, § 2º, da Lei Federal nº 14.133/2021 e os resultados observados nas contratações similares pesquisadas, entende-se adequada a adoção da ponderação de **70%** (setenta por cento) para a Proposta Técnica e **30%** (trinta por cento) para a Proposta de Preços.

6. DA CONCLUSÃO

Diante do levantamento realizado, verifica-se que os parâmetros econômicos definidos para a futura contratação encontram correspondência nas práticas identificadas em procedimentos licitatórios de mesma natureza, especialmente em contratações realizadas por órgãos do Poder Legislativo Municipal, permitindo estabelecer critérios objetivos para elaboração, aceitabilidade e julgamento das Propostas de Preços.

Assim, ficam justificados o desconto mínimo de 30% (trinta por cento) sobre a Tabela Referencial de Custos Internos do SINAPRO/SP; os limites máximos de 15% (quinze por cento) para os honorários relativos à produção e execução técnica, pesquisas e instrumentos de avaliação e geração de conhecimento e formas inovadoras de comunicação publicitária; e o limite máximo de 20% (vinte por cento) para a remuneração incidente sobre aquisição de mídia digital quando não houver remuneração da agência mediante desconto de agência.

Da mesma forma, considerando a natureza intelectual, estratégica e criativa dos serviços de publicidade, a relevância da qualidade da solução apresentada no Plano de Comunicação Publicitária, o limite autorizado pelo art. 36, § 2º, da Lei Federal nº 14.133/2021 e a predominância observada nas contratações similares pesquisadas, fica justificada a atribuição de **70% (setenta por cento) à Proposta Técnica e 30% (trinta por cento) à Proposta de Preços** para fins de julgamento e classificação final das propostas.

Os critérios estabelecidos mostram-se, portanto, compatíveis com as características da futura contratação e fornecem parâmetros objetivos para a elaboração do instrumento convocatório, preservando simultaneamente a qualidade técnica da solução publicitária, a avaliação econômica das propostas, a competitividade do certame e a busca do resultado mais adequado às necessidades institucionais da Câmara Municipal de Ilha Solteira/SP.





ANEXO II

TERMO DE REFERÊNCIA – TR

1. INTRODUÇÃO

Este Termo de Referência estabelece o objeto, os requisitos de seleção, o modelo de execução e os controles da contratação de agência de propaganda pela Câmara Municipal de Ilha Solteira/SP. Fundamenta-se no ETP, no art. 6º, XXIII, e no art. 18 da Lei nº 14.133/2021, respeitado o regime especial da Lei nº 12.232/2010. O Chamamento Público nº 001/2026 – Inexigibilidade nº 001/2026 – Processo Administrativo nº 005/2026, destinado à formação da Subcomissão Técnica, possui finalidade auxiliar ao julgamento técnico da Concorrência Pública nº 001/2026.

1.1. CONDIÇÕES GERAIS DO PROCESSO

ÓRGÃO	Câmara Municipal de Ilha Solteira/SP
OBJETO	Contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agência de propaganda, abrangendo o conjunto de atividades realizadas de forma integrada, cujo propósito é o estudo, planejamento, conceituação, criação, execução interna, intermediação, supervisão da execução externa e distribuição de ações publicitárias junto a públicos de interesse da Câmara Municipal de Ilha Solteira/SP.
MODALIDADE	Concorrência, em modo de disputa fechado.
CRITÉRIO DE JULGAMENTO	Técnica e preço, com ponderação de 70% para a técnica e 30% para o preço.
REGIME DE EXECUÇÃO	Execução integrada e sob demanda, com preços e percentuais licitados, autorizações individualizadas e comprovação de cada entrega; sem mensalidade fixa pela disponibilidade.
VIGÊNCIA INICIAL	12 (doze) meses, admitidas prorrogações sucessivas na forma dos artigos 106 e 107 da Lei nº 14.133/2021, até o limite decenal.
VALOR ESTIMADO	R\$ 200.000,00 (duzentos mil reais)

1.1.1. O objeto compreende as atividades previstas no art. 2º da Lei nº 12.232/2010: estudo, planejamento, conceituação, concepção, criação, execução interna, intermediação, supervisão da execução externa e distribuição de ações publicitárias





junto a veículos e demais meios de divulgação, com finalidade educativa, informativa ou de orientação social, voltada aos públicos de interesse da Câmara.

1.1.2. A prestação será continuada e sob demanda, sem consumo mínimo assegurado. Toda despesa dependerá de solicitação, proposta, orçamento e autorização, respeitados o objeto, o teto e os créditos disponíveis. O briefing da campanha simulada deverá ser juntado e aprovado antes da publicação; os temas nele previstos não autorizam execução automática nem substituem o planejamento anual das demandas.

2. OBJETO

2.1. Contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agência de propaganda, abrangendo o conjunto de atividades realizadas de forma integrada, cujo propósito é o estudo, planejamento, conceituação, criação, execução interna, intermediação, supervisão da execução externa e distribuição de ações publicitárias junto a públicos de interesse da Câmara Municipal de Ilha Solteira/SP, conforme condições e exigências estabelecidas neste instrumento, nos termos da tabela abaixo:

ITEM	DESCRIÇÃO	UNIDADE	PERÍODO	VALOR TOTAL ESTIMADO
01	Contratação de agência de propaganda para prestação de serviços de publicidade, nos termos da Lei Federal nº 12.232/2010.	Serviço	12 meses	R\$ 200.000,00

2.1.1. DETALHAMENTO DO OBJETO

- Atividades principais:** etapas de estudo, planejamento, criação, execução, intermediação, supervisão e distribuição previstas no art. 2º da Lei nº 12.232/2010.
- Atividades complementares:** pesquisas pertinentes, produção técnica e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária.
- Exclusões:** assessoria de imprensa, relações públicas e eventos festivos, nos termos do art. 2º, § 2º, da Lei nº 12.232/2010. Execução por briefing, proposta técnica e orçamentária, autorização prévia, ordem de serviço, comprovação documental e atesto do fiscal.
- Controle de fornecedores e mídia: identificação da Câmara como cliente, autorização prévia, preços documentados, comprovação de execução e destinação à Câmara dos descontos e bonificações negociados na compra de mídia, ressalvado o tratamento próprio do desconto-padrão de agência e dos planos de incentivo, conforme arts. 15, 18 e 19 da Lei nº 12.232/2010.





e) Qualidade e conformidade: observância dos direitos autorais e de imagem, da acessibilidade quando pertinente, da proteção de dados pessoais, da integridade e das regras eleitorais aplicáveis.

2.1.2. O dimensionamento contratual compreende 1 (uma) contratação integrada, com vigência inicial de 12 (doze) meses e execução sob demanda. A vigência constitui referência temporal e não corresponde a doze mensalidades fixas. A variabilidade das campanhas permite ajustes na execução, mas não dispensa a estimativa de peças, formatos, inserções, pesquisas e serviços especializados, por cenários representativos, acompanhada de memória de cálculo e documentos de suporte.

2.1.3. As demandas serão formalizadas por briefing e ordem de serviço, com objetivo, público, entregas, prazo, meios, custo e indicadores pertinentes. A verba de R\$ 80.000,00 (oitenta mil reais), indicada no planejamento para a campanha simulada da proposta técnica, será utilizada exclusivamente após aprovação e juntada do briefing correspondente. Esse parâmetro não representa o orçamento anual do contrato, não comprova disponibilidade orçamentária e não autoriza despesa. O briefing licitatório deverá ser uniforme para todas as licitantes.

2.2. PREVISÃO NO PLANEJAMENTO DA ADMINISTRAÇÃO

2.2.1. A contratação ainda não se encontra formalmente prevista no Plano de Contratações Anual – PCA, considerando que o planejamento das contratações para o exercício de 2027 encontra-se em fase de elaboração, devendo ser contemplada no respectivo instrumento a parcela da contratação cuja execução esteja prevista para aquele exercício financeiro.

2.2.2. A contratação encontra-se compatível com o planejamento orçamentário da Câmara Municipal, havendo previsão e disponibilidade de créditos orçamentários para suportar as despesas correspondentes à parcela a ser executada no exercício financeiro da contratação, bem como previsão no Plano Plurianual – PPA, observando-se, para os exercícios subsequentes, a disponibilidade dos respectivos créditos orçamentários, nos termos do art. 105 da Lei Federal nº 14.133/2021.

3. JUSTIFICATIVA DA NECESSIDADE DA CONTRATAÇÃO

3.1. A Câmara Municipal de Ilha Solteira necessita planejar, criar, produzir, distribuir e acompanhar ações publicitárias de interesse institucional, destinadas a informar a população, dar publicidade às atividades legislativas e estimular a participação cidadã em temas relevantes para a coletividade. Essas entregas exigem competências integradas de planejamento estratégico, criação, produção, mídia, monitoramento e mensuração, que não se confundem com a mera divulgação ocasional de atos administrativos.

3.2. A comunicação pública é instrumento de concretização dos princípios da publicidade, da transparência e da participação social. Para ser efetiva, deve transformar informações de interesse coletivo em mensagens claras, acessíveis e adequadas aos diferentes públicos, meios e contextos de circulação. A ausência dessa





estrutura técnica pode comprometer o alcance das ações institucionais, reduzir a compreensão do cidadão sobre temas relevantes e dificultar a aferição dos resultados obtidos com os recursos públicos.

3.3. A demanda possui caráter continuado porque as necessidades de informação e orientação da população não se encerram em ação isolada: decorrem do calendário legislativo, de campanhas educativas, de temas de interesse local e de situações que exigem comunicação tempestiva.

3.4. A contratação não se destina à promoção pessoal de agentes públicos. Toda ação deverá observar finalidade educativa, informativa ou de orientação social, em conformidade com o art. 37, § 1º, da Constituição Federal, com identidade visual, linguagem e conteúdo vinculados exclusivamente ao interesse público. As aprovações administrativas e a fiscalização deverão verificar essa aderência antes da produção e da veiculação.

3.5. A execução por agência de propaganda é juridicamente exigida para os serviços definidos no art. 2º da Lei nº 12.232/2010. O modelo permite reunir, sob direção técnica única, as fases intelectual, criativa, produtiva, de mídia e de avaliação, com rastreabilidade das aprovações, dos custos e dos resultados. A solução reduz o risco de improvisação, fragmentação de campanhas, comunicação inadequada, pagamento sem lastro documental e perda de eficiência na aplicação dos recursos públicos.

3.6. Sem a contratação, a Câmara teria de realizar contratações avulsas ou concentrar tarefas especializadas em estrutura não dimensionada para planejamento, criação e controle de mídia. Isso aumentaria as interfaces administrativas, enfraqueceria a unidade estratégica das campanhas e dificultaria a responsabilização por prazos, qualidade, custos e resultados. A solução integrada, sob demanda e com autorização prévia, mostra-se, portanto, necessária e proporcional para o interesse público.

4. ESCOPO E ATIVIDADES INCLUÍDAS

- a) Planejamento e desenvolvimento de campanhas, peças, materiais e projetos de publicidade, em mídia e não mídia;
- b) Criação, redação, direção de arte, produção interna e supervisão técnica da produção externa;
- c) Planejamento, negociação, reserva, compra, distribuição e controle de tempo e espaço publicitário, por ordem e conta da Câmara;
- d) Pesquisas e instrumentos de avaliação e geração de conhecimento que guardem pertinência temática com a ação publicitária;
- e) Produção e execução técnica de peças, materiais e projetos criados no âmbito do contrato;
- f) Criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias;





- g) Relatórios de execução, comprovação de mídia, análise de resultados e preservação do acervo das ações realizadas.
- h) Apoio técnico para adequação de mensagens, formatos e meios aos públicos definidos pela Câmara, com observância da finalidade pública, acessibilidade e eficiência comunicacional.

5. ATIVIDADES EXPRESSAMENTE EXCLUÍDAS

5.1. Não integram o objeto assessoria de imprensa, relações públicas, comunicação institucional não publicitária, gestão rotineira de redes sociais ou páginas eletrônicas, organização de eventos e mera publicação obrigatória de atos oficiais dissociada de campanha.

5.2. Os serviços autônomos de comunicação dos arts. 20-A e 20-B da Lei nº 12.232/2010 terão procedimento próprio. A criação e a distribuição de publicidade em meios digitais permanecem admitidas no âmbito do art. 2º, caput e § 1º, da mesma lei.

6. FUNDAMENTAÇÃO E DESCRIÇÃO DA SOLUÇÃO

6.1. A fundamentação da contratação consta do Estudo Técnico Preliminar. A solução consiste em uma agência de propaganda responsável pela coordenação integrada das ações publicitárias da Câmara, desde o briefing até a comprovação da execução. A contratação viabiliza a continuidade e a qualidade da comunicação institucional, preservando o controle da Câmara sobre as decisões estratégicas, os custos e as autorizações de cada ação.

6.2. O modelo escolhido combina especialização técnica, execução por demanda e controle administrativo. A agência responde pela coordenação técnica e documental das etapas de planejamento, criação, produção e mídia; a Câmara mantém a prerrogativa de definir objetivos, aprovar soluções, autorizar despesas, acompanhar resultados e atestar as entregas. Não haverá delegação de competências decisórias ou de atos próprios da Administração.

7. REQUISITOS DE HABILITAÇÃO E QUALIFICAÇÃO TÉCNICA

- a) Habilitação jurídica, fiscal, social e trabalhista, econômico-financeira e técnica, na forma dos arts. 62 a 70 da Lei nº 14.133/2021 e do edital;
- b) Certificado de qualificação técnica de funcionamento, emitido pelo Conselho Executivo das Normas-Padrão (**CENP**) ou por entidade equivalente legalmente reconhecida como fiscalizadora e certificadora das condições técnicas de agências de propaganda, conforme disposto no § 1º do art. 4º da Lei Federal nº 12.232/2010;
 - b.1. O certificado de qualificação técnica de funcionamento emitido para a matriz da agência valerá para a filial.





b.2. O documento obtido no site do CENP ou da entidade equivalente terá sua validade verificada pela Agente de Contratação e Equipe de Apoio.

c) Comprovação de capacidade operacional para execução de serviço similar de complexidade tecnológica e operacional equivalente ou superior ao objeto desta contratação, ou ao item pertinente, por meio da apresentação de certidão(ões) ou atestado(s), fornecido(s) por pessoas jurídicas de direito público ou privado, ou regularmente emitido(s) pelo conselho profissional competente, quando for o caso.

c.1) Para fins de comprovação de que trata a subdivisão acima, **o(s) Atestado(s) ou certidão(ões)** deverá (ão) dizer respeito a contrato(s) executado(s) com a(s) seguinte(s) característica(s) mínima(s):

c.1.1.) Deverá haver a comprovação da experiência mínima de 02 (dois) anos na prestação dos serviços, sendo aceito o somatório de atestados ou certidões de períodos diferentes, não havendo obrigatoriedade de os meses serem ininterruptos²;

c.1.2.) Os atestados de capacidade técnica podem ser apresentados em nome da matriz ou da filial da empresa licitante.

c.1.3.) O licitante disponibilizará todas as informações necessárias à comprovação da legitimidade dos atestados, apresentando, quando solicitado pela Administração, cópia do contrato que deu suporte à contratação, endereço atual da contratante e local em que foi executado o objeto contratado, dentre outros documentos.

c.1.4.) Os atestados deverão referir-se a serviços prestados no âmbito de sua atividade econômica principal ou secundária especificadas no contrato social vigente.

8. MODELO DE EXECUÇÃO DO OBJETO

8.1. A agência analisará o briefing e apresentará solução proporcional à demanda, contendo, conforme o caso, diagnóstico, planejamento, proposta criativa, estratégia de mídia e não mídia, cronograma, orçamento, especificações técnicas e forma de mensuração. Eventuais dúvidas ou incompatibilidades deverão ser registradas antes da execução.

8.2. A proposta dependerá de aprovação expressa da Câmara antes de qualquer contratação, produção, cessão de direitos ou veiculação que gere despesa. Alterações de escopo, prazo, meio, quantidade, custo ou peça aprovada também dependerão de autorização formal da autoridade competente, segundo a alçada definida no contrato.

8.3. Após a aprovação e a ordem de serviço, a agência executará ou supervisionará a execução das entregas, mantendo interlocução com o fiscal do contrato. A agência deverá comunicar tempestivamente fatos que possam comprometer prazo, qualidade, orçamento ou legalidade da ação, apresentando alternativas de tratamento.

8.4. A contratação de veículos, fornecedores especializados e direitos de autor ou conexos dependerá de autorização prévia da Câmara. A agência deverá identificar

² Lei 14.133/2021 - Art. 67. A documentação relativa à qualificação técnico-profissional e técnico-operacional será restrita a: (...) § 5º Em se tratando de serviços contínuos, o edital poderá exigir certidão ou atestado que demonstre que o licitante tenha executado serviços similares ao objeto da licitação, em períodos sucessivos ou não, por um prazo mínimo, que não poderá ser superior a 3 (três) anos.





previamente a Câmara como cliente e observar os procedimentos de seleção, preço e documentação definidos neste TR e na Lei nº 12.232/2010.

8.5. A execução de cada ação será encerrada com a entrega do material final, relatórios de produção e/ou veiculação, documentos fiscais, comprovantes de preço, autorizações, evidências de inserção e relatório de resultados quando aplicável. A aprovação criativa não substitui o recebimento e o atesto da execução.

8.6. Os prazos de produção, pesquisa, captação e veiculação serão definidos no cronograma de cada demanda, considerando sua complexidade e as informações fornecidas. Aplicam-se ainda os prazos ordinários e as condições operacionais dos subitens seguintes, que deverão constar das ordens de serviço.

8.7. A contratada indicará preposto e participará da reunião inicial em até 5 dias úteis da ordem de início. Confirmará o recebimento dos briefings em até 1 dia útil e apresentará proposta e cronograma em até 5 dias úteis, salvo prazo distinto previamente justificado pela complexidade e aprovado pela Câmara. O prazo de execução da campanha decorrerá de ordem específica, sem antecipar gastos antes da autorização.

8.8. Correções de falhas imputáveis à agência serão apresentadas em até 2 dias úteis da notificação, sem custo adicional, admitido prazo compatível para produção complexa mediante justificativa aceita antes do vencimento. Falha que gere divulgação irregular será comunicada imediatamente e terá suspensão ou retirada solicitada ao veículo sem demora, com comprovação das providências. Alterações de escopo determinadas pela Câmara terão orçamento e prazo próprios, quando implicarem novo serviço.

8.9. A produção ocorrerá na estrutura da agência e dos fornecedores autorizados; reuniões e atividades presenciais poderão ocorrer na Câmara, Avenida Brasil Norte, nº 1670, Ilha Solteira/SP, ou nos locais aprovados para as ações. O atendimento administrativo será prestado no expediente da Câmara, por canais formais. Atividades em outros horários serão programadas; não se exige sede local prévia nem alocação exclusiva de empregados.

8.10. Os relatórios de execução serão apresentados até o quinto dia útil do mês subsequente, com vínculo a cada ordem de serviço e às fontes de aferição. Cada briefing definirá os indicadores e metas pertinentes, distinguindo dados estimados de alcance, registros efetivos de veiculação e resultados verificáveis. A agência manterá cópias de segurança, organização do acervo e acesso da fiscalização aos documentos.

9. DA SUBCONTRATAÇÃO

9.1. É vedada a transferência do núcleo de planejamento, criação, coordenação e responsabilidade contratual a outra agência, inclusive a subcontratação total. Fornecedores de atividades complementares poderão ser subcontratados sob supervisão da agência, mediante autorização e cadastramento prévio pela Câmara. Serão apresentados três orçamentos efetivos, independentes e comparáveis de





fornecedores do ramo, com escopo, quantidades, direitos, tributos e condições equivalentes, nos termos do art. 14 da Lei nº 12.232/2010.

10. DOS FORNECEDORES E MÍDIA

10.1. A comprovação da mídia abrangerá valor devido ao veículo, tabela vigente, descontos negociados, pedidos de inserção, documentos fiscais e evidências de cada veiculação. O relatório de checagem será fornecido por empresa independente sempre que possível; sua impossibilidade deverá ser registrada e suprida por evidências adequadas, sem dispensar a comprovação do serviço. Descontos e bonificações negociados na compra de mídia pertencem à Câmara, observado o tratamento específico dos arts. 18 e 19 da Lei nº 12.232/2010.

10.2. A indicação de fornecedor exclusivo ou a impossibilidade material de obter três propostas não autoriza contratação automática. A agência deverá demonstrar as tentativas de cotação, a causa da restrição, a razoabilidade do preço por outros elementos e as alternativas de execução, submetendo o caso à Câmara antes de qualquer compromisso. A solução somente poderá prosseguir mediante decisão expressa e fundamentação jurídica pertinente, sem utilização de justificativa genérica de preferência técnica.

10.3. Nos fornecimentos sujeitos ao art. 14, § 2º, da Lei nº 12.232/2010, os orçamentos serão coletados em envelopes fechados e abertos em sessão pública convocada sob fiscalização da Câmara, observado o parâmetro de 0,5% do valor global do contrato e a hipótese estrita do § 3º. Qualquer dispensa da sessão deverá ter enquadramento registrado e não afasta a exigência de três orçamentos. Nenhum fracionamento de demanda será admitido para evitar o procedimento.

10.4. O plano de mídia deverá justificar seleção, formatos, período, alcance ou métricas disponíveis e custos, com atenção à cobertura dos públicos e à economicidade. A compra de mídia seguirá o art. 15, sem aplicação automática da coleta de três orçamentos própria dos serviços complementares. Documentos de plataformas digitais deverão identificar conta, campanha, período, investimento, resultados e conciliação dos pagamentos. A inexistência de checagem independente não afasta a obrigação de comprovar a veiculação.

11. FORMA E CRITÉRIOS DE SELEÇÃO DO FORNECEDOR E REGIME DE EXECUÇÃO

11.1. O fornecedor será selecionado por meio da realização de procedimento de LICITAÇÃO, na modalidade CONCORRÊNCIA, sob a forma PRESENCIAL, com adoção do critério de julgamento por TÉCNICA E PREÇO.

11.2. REGIME DE EXECUÇÃO

11.2.1. A execução dos serviços ocorrerá de forma integrada e sob demanda, mediante briefing, aprovação prévia e emissão de ordem de serviço, observados os preços e percentuais resultantes da licitação.





COMPONENTE	PONTUAÇÃO BRUTA	PESO NA NOTA FINAL
Proposta técnica	100 pontos	70%
Proposta de preço	100 pontos	30%
Nota final	—	100%

11.3. A proposta técnica será composta pelo Plano de Comunicação Publicitária e pelo Conjunto de Informações da agência. O Plano conterá Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia, conforme os arts. 6º e 7º da Lei nº 12.232/2010. O Conjunto de Informações avaliará a Capacidade de Atendimento, o Repertório e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, nos termos do art. 8º da mesma Lei.

QUESITO TÉCNICO	PONTOS	ASPECTO A AVALIAR
Raciocínio Básico	10 pontos	i. das funções e do papel do Legislativo Municipal nos contextos social, político e econômico; ii. da natureza, da extensão e da qualidade das relações do Legislativo Municipal com seus públicos; iii. das características do Legislativo Municipal e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária; iv. o desafio de comunicação expresso no Briefing; v. sobre a natureza e a extensão do objeto da licitação; vi. das necessidades de comunicação do Legislativo Municipal para solucionar esse desafio.
Estratégia de Comunicação Publicitária	20 pontos	i. adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza e à qualificação do Legislativo Municipal e ao desafio de comunicação; ii. consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito propostos; iii. riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação do Legislativo Municipal com seus públicos; iv. adequação e a exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do desafio de comunicação expresso no Briefing; v. consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da





ESTADO DE SÃO PAULO

Câmara Municipal de Ilha Solteira

PODER LEGISLATIVO MUNICIPAL

		estratégia de comunicação publicitária proposta; vi. capacidade de articular os conhecimentos sobre a comunicação publicitária, o desafio de comunicação expresso no Briefing, seus públicos, os objetivos de comunicação e a verba disponível.
Ideia Criativa	20 pontos	i. adequação ao desafio de comunicação; ii. adequação à estratégia de comunicação publicitária sugerida pela licitante; iii. adequação ao universo cultural do público-alvo; iv. multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta; v. originalidade da combinação dos elementos que a constituem; vi. simplicidade da forma sob a qual se apresenta; vii. pertinência às atividades de comunicação do Legislativo, assim como sua inserção nos contextos social, político e econômico; viii. desdobramentos comunicativos que ensejam conforme demonstrado nos exemplos de peças e ou material apresentados; ix. exequibilidade das peças e ou do material; x. compatibilidade da linguagem utilizada nas peças e ou no material aos meios e aos públicos propostos.
Estratégia de Mídia e Não Mídia	15 pontos	i. conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação do público-alvo; ii. capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos; iii. consistência do plano simulado de distribuição das peças e ou do material em relação aos dois subitens anteriores; iv. pertinência e oportunidade demonstradas no uso dos recursos de comunicação próprios do Legislativo Municipal; v. economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças e ou do material; vi. otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa.
Capacidade de Atendimento	15 pontos	i. porte e a tradição dos clientes atuais da licitante e o conceito de seus produtos e serviços no mercado; ii. experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias; iii. adequação das qualificações e das quantificações desses profissionais à estratégia de comunicação publicitária do





		Legislativo Municipal; iv. adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que estarão à disposição da execução do contrato; v. aperacionalidade do relacionamento entre o Legislativo Municipal e a licitante, esquematizado na proposta; vi. 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 do Legislativo Municipal, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato.
Repertório	10 pontos	i. ideia criativa e sua pertinência ao problema que a licitante se propôs a resolver; ii. qualidade da execução e do acabamento da peça e ou material; iii. Clareza da exposição das informações prestadas.
Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	10 pontos	i. evidência de planejamento publicitário; ii. consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução; iii. relevância dos resultados apresentados; iv. concatenação lógica da exposição.

11.4. A matriz totaliza 100 pontos. Cada integrante da Subcomissão atribuirá nota motivada a cada subcritério, utilizando os seguintes critérios:

D1) à Produção e Execução Técnica de peça e/ou material:

Pontos	Percentual de honorários
20	10% ou abaixo de 10%
15	11%
12	12%
10	De 13% a 14%
05	15%

D2) 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:

Pontos	Percentual de honorários
20	10% ou abaixo de 10%
15	11%
12	12%
10	De 13% a 14%
05	15%





D3) à Criação Desenvolvimento de Formas Inovadores de Comunicação Publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias, fixados nos limites estabelecidos:

Pontos	Percentual de honorários
20	10% ou abaixo de 10%
15	11%
12	12%
10	De 13% a 14%
05	15%

D4) Desconto sobre a Tabela de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de São Paulo que estiver em vigor, fixados nos limites estabelecidos:

Pontos	Desconto sobre a tabela de custos internos
20	60% ou acima de 60%
15	50%
12	40%
10	35%
05	30%

D5) Percentual de remuneração sobre a aquisição de mídia digital nos casos em que os veículos não remunerem com o desconto de agência:

Pontos	Percentual de remuneração
20	Até 15%
18	16%
15	17%
12	18%
10	19%
05	20%

11.4.1. Para fins exclusivos de enquadramento nas faixas de pontuação previstas no item 11.4, os percentuais ofertados deverão ser expressos em números inteiros, vedada a utilização de casas decimais, sem prejuízo da apresentação de percentuais inferiores aos limites mínimos de honorários ou superiores aos limites máximos de desconto expressamente previstos nas respectivas tabelas.

Nota final da proposta de preços:

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

$$NFPP = D1 + D2 + D3 + D4 + D5$$





Sendo: NFPP = Nota Final da Proposta de Preços

D1 = Pontuação aplicada ao Percentual de honorários sobre produção e execução técnica de peça e ou material;

D2 = Honorários incidente sobre o 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 ou sobre os resultados das campanhas realizadas ou a serem realizadas;

D3 = Honorários incidentes relativos à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação;

D4 = Pontuação aplicada ao Desconto sobre a Tabela de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de São Paulo;

D5 = Pontuação aplicada à remuneração sobre a mídia digital contratada com a intermediação da agência, nos casos em que os veículos não remunerem pelo desconto de agência.

11.4.3. Será desclassificada por insuficiência técnica a proposta com nota inferior a 75 (setenta e cinco) pontos ou nota zero em qualquer dos quatro quesitos do Plano de Comunicação. O patamar exige demonstração satisfatória do ciclo publicitário e será aplicado com motivação e oportunidade recursal. Ausência de elemento obrigatório, excesso de verba simulada ou descumprimento material das regras de apresentação observarão as hipóteses objetivas de desclassificação do edital, admitidas as diligências legalmente cabíveis sem reformulação substancial da proposta.

11.4.4. O edital fixará previamente o limite de páginas, formatos, número de exemplos, forma de apresentação e demais parâmetros do Plano e do Conjunto de Informações, com as exceções legais para tabelas, planilhas e gráficos. Poderão ser apresentados trabalhos para clientes públicos ou privados. A pontuação de repertório e relatos avaliará a qualidade demonstrada, sem exigir experiência exclusiva com o Poder Legislativo, prêmios ou vínculo com entidades privadas além da certificação prevista em lei.

11.5. A proposta de preços apresentará, separadamente, os cinco componentes de remuneração abaixo. Ficam estabelecidos, com fundamento na Justificativa dos Parâmetros Econômicos da Proposta de Preços e da Ponderação entre Técnica e Preço, integrante dos autos e incorporada a este TR nos aspectos pertinentes, os seguintes limites obrigatórios de aceitabilidade:

- a) desconto mínimo de 30% (trinta por cento) sobre os custos internos da agência calculados pela Tabela Referencial de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de São Paulo – SINAPRO/SP;
- b) honorários máximos de 15% (quinze por cento) sobre os custos relativos à produção e à execução técnica de peças e materiais por fornecedores especializados;





c) honorários máximos de 15% (quinze por cento) sobre os custos de planejamento e execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes ao objeto;

d) honorários máximos de 15% (quinze por cento) sobre os custos de criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária por fornecedores especializados; e

e) remuneração máxima de 20% (vinte por cento) sobre a aquisição de mídia digital, exclusivamente quando o veículo ou plataforma não remunerar a agência mediante desconto de agência ou remuneração equivalente.

11.6. No julgamento das melhores propostas aplicar-se-á a **média ponderada** entre a melhor proposta técnica e a melhor proposta de preços.

11.6.1. Nos termos do art. 36, § 2º da Lei Federal nº 14.133/2021, fica estabelecida a seguinte proporção para as notas na pontuação final das propostas:

a) Proposta Técnica: peso 0,70 (sete décimos), ou 70% (setenta por cento); e

b) Proposta de Preços: peso 0,30 (três décimos), ou 30% (trinta por cento).

11.7. A Pontuação Final de cada licitante será obtida através da fórmula abaixo:

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

Sendo:

PF = Pontuação final

NFPT = Pontuação relativa à proposta técnica (nota final da proposta técnica)

NFPP = Pontuação relativa à proposta de preços (nota final da proposta de preços)

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

a) Estratégia de Comunicação Publicitária;

b) Ideia Criativa;

c) Raciocínio Básico; e

d) Estratégia de Mídia e Não Mídia.

11.9. Após a utilização do critério de desempate disposto no item 11.8, persistindo o empate, a decisão se fará através de sorteio, a ser realizado na própria sessão ou em ato público marcado pela Agente de Contratação e Equipe de Apoio, para o qual serão convidadas todas as licitantes.

11.9.1. Não se considerará qualquer oferta e vantagem não prevista no Edital, nem percentual de desconto ou vantagem, baseados em ofertas de outras licitantes.





11.9.2. Serão consideradas vencedoras do julgamento final das propostas as licitantes mais bem classificadas no julgamento final, com a aplicação da média ponderada entre as Propostas Técnicas e Proposta de Preços, conforme subitem 11.6.

11.10. Da ponderação entre técnica e preço

11.10.1. Em conformidade com os Estudos Técnicos Preliminares.

11.11. RITO ESPECIAL DAS PROPOSTAS E DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA

- a) Em observância aos arts. 6º, 9º, 10, 11 e 12 da Lei Federal nº 12.232/2010, as propostas serão apresentadas em 4 (quatro) invólucros distintos, a saber:
- b) Invólucro Conteúdo Identificação;
- c) nº 1: Via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária - Não poderá conter nome, marca, sinal, código, etiqueta, rubrica ou qualquer elemento capaz de revelar a autoria da proposta;
- d) nº 2: Via identificada do Plano de Comunicação Publicitária - Deverá conter a identificação do licitante e possuir o mesmo teor da via não identificada, exceto os exemplos de peças referentes à Ideia Criativa;
- e) nº 3: Conjunto de informações da agência - Conterá os elementos relativos à Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação;
- f) nº 4: Proposta de Preços - Conterá os percentuais de desconto, honorários e demais componentes econômicos definidos no edital.
- g) A Câmara fornecerá previamente o Invólucro nº 1, padronizado, opaco e sem qualquer identificação externa. O Agente de Contratação, a Equipe de Apoio e os membros da Subcomissão Técnica não poderão inserir códigos, marcas, rubricas ou sinais no invólucro ou nos documentos neles condicionados que permitam identificar, direta ou indiretamente, o licitante.
- h) Na sessão pública de coleta e abertura de propostas, o Agente de Contratação receberá os 4 (quatro) invólucros de cada licitante e promoverá inicialmente a abertura dos Invólucros nº 1 e nº 3, lavrando-se ata circunstanciada.
- i) Os documentos dos Invólucros nº 1 e nº 3 serão encaminhados à Subcomissão Técnica para análise e julgamento, nos termos do art. 10 da Lei Federal nº 12.232/2010. A Subcomissão Técnica julgará:
 - I – O Plano de Comunicação Publicitária apresentado no Invólucro nº 1, sem conhecimento de sua autoria; e
 - II – Os quesitos do Conjunto de Informações apresentados no Invólucro nº 3, conforme os critérios objetivos propostos no edital.
- j) A Subcomissão Técnica elaborará atas, planilhas de pontuação e justificativas escritas para cada questão avaliada, encaminhando os documentos ao Agente de





Contratação. Caso a diferença entre a maior e a menor pontuação atribuída a determinado quesito seja superior a 20% (vinte por cento) de sua pontuação máxima, a Subcomissão deverá reavaliá-lo, nos termos do art. 6º, VII e § 1º, da Lei Federal nº 12.232/2010.

- k) Concluída a análise e o julgamento técnico, será convocada uma sessão pública específica para abertura dos Invólucros nº 2. Nessa sessão ocorrerá o cotejamento, entendido como uma conferência formal entre:

I – A via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária, constante do Invólucro nº 1; e

II – A correspondente via identificada do mesmo Plano, constante do Invólucro nº 2.

- l) O cotejamento terá a finalidade exclusiva de vincular cada Plano de Comunicação Pública anteriormente calculado sem identificação ao respectivo licitante, preservando-se, até esse momento, o sigilo de autoria exigido pela Lei Federal nº 12.232/2010.

- m) Após o cotejamento, o Agente de Contratação elaborará a planilha geral com as designadas atribuídas às questões do Plano de Comunicação e do Conjunto de Informações, identificará os respectivos licitantes, proclamará o resultado técnico e registrará em tal:

I – As propostas técnicas eventualmente desclassificadas;

II – As notas obtidas em cada quesito;

III – A nota técnica total de cada licitante; e

IV – A ordem de classificação técnica.

- n) Somente após a divulgação do resultado da fase técnica e o transcurso da etapa recursal cabível serão abertos, em sessão pública, os Invólucros nº 4, contendo as propostas de preços, para aplicação da ponderação entre técnica e preço previsto no edital.

- o) A Subcomissão Técnica não participará da sessão de coleta e abertura dos invólucros, da fase de preços, da habilitação ou dos atos de condução do certo, limitando-se à análise e ao julgamento das propostas técnicas. A condução processual, a guarda dos invólucros, a elaboração das atas e o processamento dos recursos competem ao Agente de Contratação e à Equipe de Apoio.

- p) A violação do sigilo da autoria da via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária antes da abertura do Invólucro nº 2 compromete a isonomia e o julgamento objetivo, podendo acarretar a anulação do determinado, nos termos do art. 12 da Lei Federal nº 12.232/2010.

- q) A Subcomissão terá pelo menos três membros formados ou atuantes em comunicação, publicidade ou marketing, dos quais ao menos um terço não





manterá vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com a Câmara. Serão verificados qualificação, independência, impedimentos e conflitos de interesses, inclusive com licitantes;

- r) A reavaliação das notas competirá à própria Subcomissão sempre que a diferença entre a maior e a menor pontuação de um quesito superar 20% da pontuação máxima desse quesito, conforme art. 6º, VII e § 1º, da Lei nº 12.232/2010. Persistindo a divergência, os avaliadores registrarão em ata as razões de manutenção. A Comissão processará os atos e verificará a observância do rito, sem substituir o juízo técnico dos integrantes;
- s) A Subcomissão não participará da sessão de recebimento e abertura dos invólucros das propostas técnicas e de preços. A análise ocorrerá com preservação da autoria até o cotejo público das vias, seguido da apuração técnica, da fase de preços e da habilitação dos classificados no julgamento final, com as oportunidades recursais próprias do art. 11 da Lei nº 12.232/2010. Os prazos recursais serão compatibilizados com a Lei nº 14.133/2021, preservadas as etapas especiais;

12. GESTÃO, FISCALIZAÇÃO, RECEBIMENTO E PAGAMENTO

12.1. A execução será acompanhada por fiscal formalmente designados pela Câmara, nos termos do art. 117 da Lei nº 14.133/2021. Compete à fiscalização verificar a aderência das entregas ao briefing, às ordens de serviço, aos cronogramas, às autorizações, aos orçamentos aprovados e às comprovações de produção e mídia. O fiscal deverá manter registro das ocorrências relevantes, das providências solicitadas e das decisões de aprovação ou rejeição.

12.2. A medição será individualizada por ordem de serviço, com consolidação mensal das demandas concluídas e comprovadas. Serão exigidos, conforme o caso, briefing, autorização, cotações, orçamento, notas fiscais, materiais finais, licenças, pedidos de inserção e comprovação da produção ou mídia. A nota fiscal isolada não comprova entrega. O relatório distinguirá serviços internos, custos de fornecedores e veículos e remuneração da agência, com indicação da base de incidência de cada percentual.

12.3. O pagamento abrangerá somente os serviços executados, comprovados e recebidos. Não haverá antecipação nem remuneração fixa por disponibilidade. A parcela controvertida será identificada para correção e apuração, com liberação da parcela incontroversa no prazo regular, conforme art. 143 da Lei nº 14.133/2021. A liquidação e o pagamento observarão os prazos e controles dos subitens seguintes.

12.4. O fiscal realizará o recebimento provisório em até 05 (cinco) dias úteis da entrega completa da demanda e dos documentos, mediante termo detalhado. O recebimento definitivo ocorrerá em até 10 dias úteis do provisório, por servidor ou comissão designada, após a verificação das exigências contratuais, nos termos do art. 140 da Lei nº 14.133/2021. Irregularidades serão notificadas de forma específica, retomando-se a verificação da parcela afetada após o saneamento; poderão ser motivados prazos distintos para demanda excepcionalmente complexa.





Liquidação

12.5. A liquidação será concluída em até 10 dias úteis do recebimento definitivo e da apresentação regular do documento fiscal. O pagamento ocorrerá em até 30 (trinta) dias, contado após o recebimento da Nota Fiscal/fatura, por crédito em conta da contratada, observadas as retenções, a ordem cronológica do art. 141 e o regulamento da Câmara. Erros documentais que impeçam a liquidação serão comunicados para correção, com suspensão apenas do prazo da parcela afetada.

12.6. Para fins de liquidação da despesa e posterior pagamento pelos serviços previamente autorizados pela CONTRATANTE, além da nota fiscal, a CONTRATADA deverá apresentar:

I. os documentos comprobatórios da veiculação, da execução dos serviços especializados e, quando for o caso, da sua entrega; e

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

12.6.1. Os documentos de cobrança e demais informações necessárias à comprovação da execução e entrega dos serviços, para a liquidação e pagamento de despesas, deverão ser encaminhados pela CONTRATADA à CONTRATANTE.

12.6.1.1. Na primeira via do documento fiscal do fornecedor de serviços especializado ou do veículo, o CNPJ que deverá constar nas notas fiscais dos fornecedores de serviço especializado deverá ser o mesmo da cotação de preços que norteou a contratação.

12.6.1.2. Para o pagamento de fornecedores e veículos, a nota fiscal também deverá conter o número do documento que autorizou a veiculação ou produção dos serviços e o nome empresarial do fornecedor com seu respectivo CNPJ.

Pagamento

12.7. É da responsabilidade da CONTRATADA observar rigorosamente os preços de tabela de cada inserção e dos respectivos descontos, de que trata o art. 15 da Lei nº 12.232/2010, por ocasião da apresentação dos planos de mídia à CONTRATANTE.

12.7.1. Para pagamento das despesas com veiculação, constarão dos procedimentos de execução do contrato os documentos fiscais apresentados pela contratada, a demonstração do valor devido ao veículo, a sua tabela de preços, a indicação dos descontos negociados, os pedidos de inserção e, sempre que possível, relatório de checagem a cargo de empresa independente, nos termos do art. 15 da Lei nº 12.232, de 2010.

12.8. No tocante à veiculação, a CONTRATADA fica obrigada a apresentar, sem ônus para a CONTRATANTE, os seguintes comprovantes:

I. revista e anuário: exemplar original;





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

III. demais meios: relatório de checagem de veiculação emitido por empresa independente, se não restar demonstrada, nos termos dos subitens 14.9 ou 14.10, perante a CONTRATANTE, a impossibilidade de fazê-lo.

12.8.1. Nos casos em que restar demonstrada, a impossibilidade de obter o relatório de checagem, a cargo de empresa independente, a CONTRATADA deverá apresentar:

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

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

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

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

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

12.9. A CONTRATANTE não pagará nenhum acréscimo por atraso de pagamento decorrente de fornecimento de serviços, por parte da CONTRATADA, com ausência total ou parcial da documentação hábil ou pendente de cumprimento de quaisquer cláusulas constantes deste contrato.





12.10. A CONTRATANTE não pagará nenhum compromisso assumido pela CONTRATADA e que vier a ser cobrado diretamente por terceiros.

13. REMUNERAÇÃO E FORMAÇÃO DOS PREÇOS

- a) O desconto-padrão constitui remuneração própria da agência, nos termos do art. 19 da Lei nº 12.232/2010, observadas as condições válidas dos veículos e as condições licitadas. Não será confundido com os descontos comerciais pertencentes à Câmara. Os planos de incentivo observarão o art. 18 e não poderão orientar a escolha dos meios em detrimento do interesse público;
- b) Os serviços internos serão pagos pelos itens da Tabela Referencial de Custos Internos do SINAPRO/SP, com edição, data-base e preços identificados e disponibilizados no edital, abatido o desconto efetivamente ofertado pela contratada, que não poderá ser inferior a 30%. Somente serão cobrados itens executados e autorizados. Não se admite preço unilateral, tabela não disponibilizada ou dupla remuneração da mesma atividade;
- c) Os honorários relativos à produção e execução técnica por fornecedores especializados, ao planejamento e execução de pesquisas e instrumentos de avaliação e geração de conhecimento e à criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária observarão, separadamente, os percentuais ofertados, limitados a 15% em cada categoria. Incidirão exclusivamente sobre as respectivas bases líquidas previamente aprovadas e comprovadas. Uma mesma despesa será enquadrada em uma única categoria, sem honorários sobre outros honorários e sem incidência cumulativa incompatível com desconto de agência recebido pelo mesmo serviço;
- d) A remuneração de intermediação de mídia digital somente será cabível na hipótese comprovada de ausência de desconto de agência ou remuneração equivalente pelo veículo ou plataforma, pelo percentual efetivamente ofertado, limitado a 20%, sobre o investimento líquido aprovado e comprovadamente realizado. Esse teto não fixa o percentual do desconto-padrão pago pelos veículos e não permite cumulação com tal remuneração na mesma operação. Créditos, estornos e saldos não utilizados serão identificados e revertidos à Câmara, sem cobrança por veiculação inexistente;
- e) O teto estimado de R\$ 200.000,00 para 12 meses compreenderá todas as despesas autorizadas de produção, serviços internos, terceiros, mídia, direitos, remuneração e tributos pertinentes. Não representa faturamento mensal assegurado nem obrigação de consumo integral. Os documentos fiscais e demonstrativos deverão permitir verificar a destinação dos valores e os repasses devidos;
- f) Nenhum item omitido da tabela ou remuneração não prevista poderá ser criado por simples aprovação operacional. Eventual necessidade superveniente deverá ter preço justificado, fundamento jurídico e formalização compatível com o contrato, sem ampliação indevida do objeto ou duplicidade de cobrança.





14. OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA

14.1. Constituem obrigações da CONTRATADA:

- a) Executar os serviços com qualidade, tempestividade, ética e estrita observância aos briefings, ordens de serviço e autorizações da Câmara;
- b) Manter durante toda a execução as condições de habilitação e qualificação exigidas;
- c) Obter autorização prévia para qualquer gasto com fornecedor, veículo, produção, veiculação ou direito autoral;
- d) Manter acervo comprobatório dos serviços prestados e das peças produzidas pelo prazo mínimo de cinco anos após a extinção contratual;
- e) Transferir à Câmara, por estipulação escrita, os direitos patrimoniais sobre as criações originais desenvolvidas e remuneradas no contrato, nos termos aplicáveis do art. 93 da Lei nº 14.133/2021 e da Lei nº 9.610/1998, entregando arquivos finais e editáveis. Direitos morais permanecem preservados. Obras, fontes, músicas, imagens e outros ativos preexistentes de terceiros serão objeto de licenças específicas, com identificação de titular, mídias, território, prazo, limites e preço, aprovadas antes de seu uso;
- f) Tratar dados pessoais apenas para a finalidade pública autorizada e mediante base legal adequada, observando segurança, minimização de dados e instruções da Câmara. Incidentes deverão ser comunicados à Câmara sem demora injustificada, com informações para as providências cabíveis. O conteúdo observará o art. 37, § 1º, da Constituição e as regras eleitorais pertinentes à hipótese e à esfera administrativa;
- g) Disponibilizar à Câmara toda documentação necessária à divulgação das informações previstas no art. 16 da Lei nº 12.232/2010.
- h) Manter arquivo completo e organizado das ações, com briefings, aprovações, peças, orçamentos, autorizações, documentos de mídia e relatórios, permitindo auditoria e transparência durante a execução e pelo prazo legal.
- i) Responder pela regularidade das licenças, cessões, autorizações de uso de imagem, trilhas, fontes, obras e demais direitos utilizados, sem prejuízo da aprovação prévia da Câmara.
- j) Entregar ao término do contrato, ou quando solicitado, o acervo, arquivos editáveis e finais, relatórios, credenciais institucionais e registros das licenças pertencentes à Câmara, garantindo transição organizada e sem retenção como meio de cobrança. Contas e ativos digitais institucionais serão mantidos sob titularidade e controle da Câmara, quando tecnicamente disponíveis;
- k) Observar a acessibilidade pertinente aos meios e públicos, inclusive recursos previstos na Lei nº 13.146/2015, quando aplicáveis, e as medidas de





sustentabilidade do ETP. Os requisitos serão especificados na demanda e incorporados ao orçamento autorizado;

- l) Responder pela atuação de sua equipe e dos fornecedores sob sua coordenação, pelos encargos de sua responsabilidade e pelos danos decorrentes de execução irregular, sem que a fiscalização exclua essa responsabilidade;
- m) Envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores de bens e de serviços especializados e a veículos de divulgação e transferir à CONTRATANTE todas as vantagens obtidas;
- n) Pertencem à CONTRATANTE todas as vantagens obtidas em negociação de compra de mídia diretamente ou por intermédio da CONTRATADA, incluídos os eventuais descontos e as bonificações na forma de espaço, tempo ou reaplicações que tenham sido concedidos por veículo de divulgação, com exceção da receita de planos de incentivo concedidos por veículos de divulgação à CONTRATADA, consoante o disposto no art. 18, caput, da Lei Federal nº 12.232/2010;
- o) O desconto de antecipação de pagamento será igualmente transferido à CONTRATANTE, caso esta venha a saldar compromisso antes do prazo estipulado;
- p) A CONTRATADA não poderá, em nenhum caso, sobrepor os planos de incentivo aos interesses da CONTRATANTE, preterindo veículos de divulgação que não os concedam ou priorizando os que os ofereçam, devendo sempre conduzir-se na orientação da escolha desses veículos de acordo com pesquisas e dados técnicos comprovados;
- q) O desrespeito ao disposto no item anterior “p”, constituirá grave violação aos deveres contratuais por parte da CONTRATADA e a submeterá a processo administrativo em que, comprovado o comportamento injustificado, implicará a aplicação das sanções previstas neste contrato.

14.2. Observar as seguintes condições para o fornecimento de bens e de serviços especializados à CONTRATANTE:

I- fazer cotações prévias de preços para todos os bens e serviços especializados a serem prestados por fornecedores;

II- só apresentar cotações de preços obtidas junto a fornecedores aptos a fornecer à CONTRATADA bens e serviços especializados, relacionados com as atividades complementares da execução do objeto deste contrato;

III- apresentar, no mínimo, 03 (três) cotações coletadas entre fornecedores de bens e de serviços especializados que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido;

IV- exigir dos fornecedores que constem da cotação de bens e de serviços especializados o detalhamento das especificações que compõem seus preços unitários e total;





V- a cotação deverá ser apresentada em via original, em papel timbrado, com a identificação do fornecedor (razão social, CNPJ ou CPF, endereço, telefone, entre outros dados) e a identificação (nome completo, cargo na empresa, RG e CPF) e assinatura do responsável pela cotação;

VI- juntamente com a cotação deverão ser apresentados comprovantes de que o fornecedor está inscrito – e em atividade – CNPJ ou no CPF e no cadastro de contribuintes estadual ou municipal, se for o caso, relativos ao seu domicílio ou sede, pertinentes a seu ramo de atividade e compatíveis com o serviço a ser fornecido;

VII- para cada orçamento encaminhado, deve ser observada a presença da seguinte declaração, assinada por funcionário da CONTRATADA responsável pela documentação: ***“Atestamos que este orçamento e seus anexos foram conferidos e estão de acordo com a especificação técnica necessária”.***

14.3. A CONTRATANTE procederá à verificação prévia da adequação dos preços dos bens e dos serviços especializados cotados em relação aos do mercado, podendo para isso recorrer às informações disponíveis em sistemas de preços ou realizar cotação de preços diretamente junto a outros fornecedores.

14.4. Se não houver possibilidade de obter 03 (três) cotações, a CONTRATADA deverá apresentar as justificativas pertinentes, por escrito, para prévia decisão da CONTRATANTE.

14.5. Cabe à CONTRATADA informar, por escrito, aos fornecedores de bens e de serviços especializados, acerca das condições de reutilização de peças e materiais publicitários, especialmente no tocante aos direitos patrimoniais de autor e conexos.

14.6. O procedimento do subitem 14.2. não se aplica à compra de mídia.

14.7. Submeter a contratação de fornecedores de bens e de serviços especializados, para a execução do objeto deste contrato, à prévia e expressa anuência da CONTRATANTE;

14.7.1. É vedada a cotação prévia de preços para o fornecimento de bens ou de serviços especializados junto a fornecedores em que:

I- um mesmo sócio ou cotista participe de mais de um fornecedor em um mesmo procedimento de cotação;

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

14.8. Obter a autorização prévia da CONTRATANTE, por escrito, para realizar despesas com bens e serviços especializados prestados por fornecedores, com veiculação e com qualquer outra despesa relacionada com este Termo de Referência;

14.8.1. A CONTRATADA só poderá reservar e comprar espaço ou tempo publicitário de veículos de divulgação, por ordem e conta da CONTRATANTE, mediante sua prévia e expressa autorização.





14.8.1.1. A autorização a que se refere a subcláusula precedente não exime a CONTRATADA da sua responsabilidade pela escolha e inclusão de veículos de divulgação nos planejamentos de mídia por ela apresentados, para as ações publicitárias a serem executadas durante a vigência deste contrato.

14.8.1.2. Quando da programação de veículo de divulgação on-line, a CONTRATADA obriga-se a providenciar Termo de Conduta, segundo o qual o veículo se responsabiliza pelos seus conteúdos ou de sites parceiros, declarando estar de acordo com os termos do Marco Civil da Internet, de forma a evitar ações publicitárias da CONTRATANTE em veículos de divulgação que promovam conteúdos ou atividades ilegais.

14.8.1.3. Quando da programação de veículo de divulgação on-line, a CONTRATADA também cuidará para que não sejam incluídos, no planejamento de mídia, qualquer blog, canal ou plataforma digital cujo programa ou conteúdo seja incompatível com o disposto nos arts. 5º, IV, e 220 da Constituição Federal e incite a violência, produza ou difunda notícias falsas, promova pornografia ou viole direitos fundamentais do cidadão.

14.9. Apresentar à CONTRATANTE, para autorização do plano de mídia de cada ação ou campanha publicitária, relação dos meios, praças e veículos de divulgação dos quais será possível e dos quais se revela impossível obter o relatório de checagem de veiculação, a cargo de empresa independente, para fins do disposto no subitem 12.8, e a(s) justificativa(s) que demonstre(m) tal impossibilidade, com o fim de atender ao disposto no art. 15 da Lei nº 12.232/2010.

14.10. Apresentar à CONTRATANTE, como alternativa ao subitem 14.9, estudo prévio sobre os meios, praças e veículos de divulgação dos quais será possível e dos quais se revela impossível obter o relatório de checagem de veiculação, a cargo de empresa independente, para fins do disposto no subitem 12.8, e a(s) justificativa(s) que demonstre(m) tal impossibilidade, com o fim de atender ao disposto no art. 15 da Lei nº 12.232/2010.

14.10.1. O estudo de que trata o subitem 14.10 deve levar em conta os meios, praças e veículos de divulgação habitualmente programados nos esforços de publicidade da CONTRATANTE, com vistas à realização de negociação global entre as partes sobre o que seja oneroso e o que seja suportável para a CONTRATADA.

14.10.1.1. O resultado da negociação global entre as partes prevista no subitem 14.10.1 vigorará para os planos de mídia que vierem a ser aprovados em até 12 (doze) meses da data de assinatura deste contrato.

14.10.1.2. Ao final de cada período de 12 (doze) meses, a CONTRATADA apresentará novo estudo, que vigorará durante os 12 (doze) meses subsequentes.

14.10.1.3. Se fato superveniente alterar significativamente as análises e conclusões do estudo mencionado no subitem 14.10, a CONTRATANTE poderá solicitar novo estudo à CONTRATADA e, em decorrência, poderá promover nova negociação global e determinar seu novo período de vigência.





14.15. Encaminhar, sempre que solicitado pela CONTRATANTE, sem ônus para esta, cópia de peças produzidas, desde que não seja para uso em veiculação em mídia paga, nos seguintes formatos:

- a) TV e Cinema: cópias em XDCAN, DVD ou arquivos digitais;
- b) Internet: arquivos digitais;
- c) Rádio: arquivos digitais; e
- d) Mídia impressa e material publicitário: arquivos digitais em alta resolução, abertos ou finalizados.

14.15.1. As peças poderão ser agrupadas em um mesmo DVD, caso atenda à solicitação da CONTRATANTE.

14.16. Prestar os seguintes serviços à CONTRATANTE, como resultado da concorrência que deu origem a este instrumento:

- a) manutenção de acervo da propaganda da CONTRATANTE, em meio virtual, com as peças produzidas durante a execução deste contrato e as respectivas informações referentes a direitos autorais e prazos de validade desses direitos;
- b) manutenção de banco de imagens, com as fotos e imagens produzidas durante a execução deste contrato e as respectivas informações referentes a direitos autorais e prazos de validade desses direitos.

14.16.1. O banco de imagens será constituído e mantido pela agência contratada em decorrência do certame que deu origem a este instrumento, a suas expensas, reservada a CONTRATANTE a faculdade de liberar seu uso a quem lhe aprouver.

14.17. Manter, durante o período de, no mínimo, 05 (cinco) anos, após a extinção deste contrato, acervo comprobatório da totalidade dos serviços prestados, compreendendo as peças e os materiais produzidos, com informações relativas aos prazos de cessão dos direitos autorais vinculados, se for o caso, independentemente do disposto nos subitens 14.15 e 14.16.

14.18. Orientar a produção e a impressão das peças gráficas aprovadas pela CONTRATANTE.

14.19. Entregar à CONTRATANTE, até o dia 10 (dez) do mês subsequente, relatório das despesas de produção e veiculação autorizadas no mês anterior e relatório dos serviços em andamento, estes com os dados mais relevantes para avaliação de seu estágio.

14.20. Registrar nos relatórios mensais de prestação de serviços todas as reuniões realizadas com a CONTRATADA e as mensagens eletrônicas mais relevantes sobre as demandas de serviços, permutadas entre a CONTRATANTE e a CONTRATADA, com o objetivo de tornar transparentes os entendimentos havidos e para que ambos tomem as providências necessárias ao desempenho de suas tarefas e responsabilidades.

14.21. Executar todos os contratos, tácitos ou expressos, firmados com fornecedores de bens e de serviços especializados e com veículos de divulgação, bem como responder





por todos os efeitos desses contratos, perante seus signatários e a própria CONTRATANTE.

14.22. Manter, por si, por seus prepostos e contratados, irrestrito e total sigilo sobre quaisquer dados que lhe sejam fornecidos ou tiverem acesso para a execução contratual, sobretudo quanto à estratégia de atuação da CONTRATANTE, em cumprimento à Lei Federal nº 13.709, de 14 de agosto de 2018, Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD), e, no caso de qualquer infração, responsabilizar-se pelos eventuais danos ocorridos;

14.22.1. A infração a esse dispositivo poderá implicar a rescisão deste contrato e sujeitará a CONTRATADA às penas da Lei nº 9.279/1996, e às indenizações das perdas e danos previstos na legislação ordinária.

14.22.2. Também não poderá divulgar informações acerca da prestação dos serviços objeto desta contratação, no que envolva o nome da CONTRATANTE, exceto com a expressa autorização desta.

14.23. Responder perante a CONTRATANTE e fornecedores de bens e de serviços especializados por eventuais prejuízos e danos decorrentes de demora, omissão ou erro na condução dos serviços de responsabilidade da CONTRATADA, na veiculação de publicidade ou em quaisquer serviços objeto deste contrato.

14.24. Responsabilizar-se por quaisquer ônus decorrentes de omissões ou erros na elaboração de estimativa de custos e que redundem em aumento de despesas ou perda de descontos para a CONTRATANTE.

14.25. Cobrir o ônus resultante de quaisquer ações, demandas, custos e despesas decorrentes de danos causados por culpa ou dolo de qualquer de seus empregados, prepostos ou contratados.

14.26. Responsabilizar-se por cobrir o ônus resultante de quaisquer ações, demandas, custos e despesas decorrentes de seus empregados, prepostos ou contratados, bem como obrigar-se por quaisquer responsabilidades decorrentes de ações administrativas ou judiciais que lhe venham a ser atribuídas por força de lei, relacionadas com o cumprimento das obrigações deste contrato.

14.26.1. Se houver ação trabalhista envolvendo os serviços prestados, a CONTRATADA adotará as providências necessárias no sentido de preservar a CONTRATANTE e afastá-la de reivindicações, demandas, queixas ou representações de qualquer natureza e, não o conseguindo, se houver condenação, reembolsará à CONTRATANTE as importâncias que este tenha sido obrigado a pagar, dentro do prazo improrrogável de 10 (dez) dias úteis a contar da data do efetivo pagamento.

14.27. Responder por qualquer ação administrativa ou judicial movida por terceiros com base na legislação de proteção à propriedade intelectual, direitos de propriedade ou direitos autorais, relacionadas com os serviços objeto deste contrato.

14.28. Adotar, na execução dos serviços, boas práticas de sustentabilidade ambiental, de otimização de recursos, de redução de desperdícios e de redução da poluição,





conforme disposto no art. 5º da Lei nº 14.133/2021 e regulamentado pelo Decreto nº 7.746/2012.

14.29. Prestar esclarecimentos à CONTRATANTE sobre eventuais atos ou fatos desabonadores noticiados que a envolvam, independentemente de solicitação.

14.30. Utilizar-se de seus representantes em outros Estados ou Municípios para serviços de criação e de produção, ou outros complementares ou acessórios que venham a ser necessários, desde que garantidas as condições previamente acordadas e com prévia anuência da CONTRATANTE.

14.31. Cumprir todas as exigências contratuais e a manutenção de completo sigilo sobre os dados e informações fornecidos pela CONTRATADA, bem como não divulgar ou transferir a terceiros quaisquer informações relacionadas com o objeto contratado, sem a prévia e expressa autorização da CONTRATADA.

14.32. Cumprir os dispositivos contratuais e fornecer à CONTRATANTE a legislação, os documentos e informações que lhe forem solicitados no interesse da consecução do objeto contratado, sob pena de assumir, com exclusividade, os riscos decorrentes da demora.

14.33. Não subcontratar outra agência de propaganda para a execução, no todo ou em parte, de serviços previstos neste contrato.

15. OBRIGAÇÕES DA CONTRATANTE

- a) Fornecer briefings, informações, aprovações e autorizações necessárias à execução;
- b) Designar fiscal(is), acompanhar a execução e atestar os serviços adequadamente comprovados;
- c) Efetuar os pagamentos devidos no prazo contratual, observada a ordem cronológica, as retenções legais e a regular liquidação da despesa, mantendo os créditos necessários às demandas autorizadas;
- d) Divulgar, em sítio próprio, os dados de execução contratual exigidos pela legislação;
- e) Preservar a autonomia técnica da agência, sem afastar o poder de aprovação e fiscalização da Câmara.
- f) Deliberar sobre propostas, alterações e despesas com tempestividade compatível com os prazos do briefing, sem que a ausência de manifestação autorize execução ou gasto não aprovado.

16. ESTIMATIVA DO VALOR DA CONTRATAÇÃO E DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA

16.1. O custo estimado total da contratação, que é o máximo aceitável, é de R\$ 200.000,00 (Duzentos mil reais), conforme custos nos autos do processo.





16.2. As despesas decorrentes da presente contratação correrão à conta de recursos específicos consignados no Orçamento da Câmara Municipal de Ilha Solteira/SP.

16.3. A dotação relativa aos exercícios financeiros subsequentes será indicada após aprovação da Lei Orçamentária respectiva e liberação dos créditos correspondentes, mediante apostilamento.

17. DESCRIÇÃO DA SOLUÇÃO COMO UM TODO

17.1. A solução compreende a contratação de uma agência de propaganda para desenvolver, de forma integrada, as ações publicitárias autorizadas pela Câmara. O ciclo de execução envolverá recebimento do briefing, diagnóstico e planejamento, apresentação de proposta técnica e orçamentária, aprovação, criação, produção e/ou veiculação, comprovação da execução, aferição dos resultados e arquivamento do acervo contratual. A agência atuará por ordem e conta da Câmara na compra de mídia e na contratação de fornecedores especializados, observadas as autorizações e os controles legalmente exigidos.

17.2. A Administração conservará as decisões de mérito, a aprovação das peças, a autorização de despesas e o atesto dos serviços. À agência caberá a responsabilidade técnica pela consistência das soluções, pela coordenação das fases contratadas e pela documentação de cada etapa. A divisão de responsabilidades assegura autonomia técnica para a criação, sem deslocar da Câmara o controle sobre finalidade pública, legalidade, oportunidade e gasto.

18. DA VIGÊNCIA

18.1. Por se tratar de contratação continuada, o prazo de vigência da contratação é de 12 (doze) meses, contado da data de sua assinatura, prorrogável sucessivamente por até 10 anos, na forma dos [artigos 106 e 107 da Lei nº 14.133, de 2021](#).

18.2. O reajuste do contrato se dará após decorridos 12 (doze) meses, tendo como data-base a data do orçamento estimado, de acordo à variação do Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo - IPCA, do IBGE, acumulado no período de 12 (doze) meses, ou outro índice que vier a substituí-lo.

18.3. O reajuste dos valores será aplicado sobre o valor estimado da contratação, a fim de corrigir a inflação do período, visto que os valores dos serviços são baseados em tabela vigente do SINAPRO, a qual é atualizada conforme regras do próprio Sindicato.

19. DAS INFRAÇÕES ADMINISTRATIVAS E SANÇÕES³

19.1. Comete infração administrativa, nos termos da lei, o licitante que, com dolo ou culpa:

³ *Nota explicativa: As infrações e penalidades dispostas nesse item se referem especialmente às disposições da licitação, ficando no contrato os regramentos inerentes à fase contratual.*





1.1.1 deixar de entregar a documentação exigida para o certame ou não entregar qualquer documento que tenha sido solicitado pela Agente de Contratação durante o certame;

1.1.2 salvo em decorrência de fato superveniente devidamente justificado, não manter a proposta em especial quando:

1.1.2.1. não enviar a proposta adequada ao último lance ofertado ou após a negociação;

1.1.2.2. recusar-se a enviar o detalhamento da proposta quando exigível;

1.1.2.3. pedir para ser desclassificado quando encerrada a etapa competitiva;

1.1.2.4. apresentar proposta em desacordo com as especificações do edital.

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

1.1.4 recusar-se, sem justificativa, a assinar o contrato ou a ata de registro de preço, ou a aceitar ou retirar o instrumento equivalente no prazo estabelecido pela Administração;

1.1.5 apresentar declaração ou documentação falsa exigida para o certame ou prestar declaração falsa durante a licitação;

1.1.6 fraudar a licitação;

1.1.7 comportar-se de modo inidôneo ou cometer fraude de qualquer natureza, em especial quando:

1.1.7.1. agir em conluio ou em desconformidade com a lei;

1.1.7.2. induzir deliberadamente a erro no julgamento;

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

1.1.9 praticar ato lesivo previsto no art. 5º da Lei nº 12.846, de 2013.

1.2. Com fulcro na Lei nº 14.133, de 2021, a Administração poderá, após regular processo administrativo, garantida a prévia defesa, aplicar aos licitantes e/ou adjudicatários as seguintes sanções, sem prejuízo das responsabilidades civil e criminal:

1.2.1 advertência;

1.2.2 multa;

1.2.3 impedimento de licitar e contratar e

1.2.4 declaração de inidoneidade para licitar ou contratar, enquanto perdurarem os motivos determinantes da punição ou até que seja promovida sua reabilitação perante a própria autoridade que aplicou a penalidade.

1.3. Na aplicação das sanções serão considerados:





- 1.3.1 a natureza e a gravidade da infração cometida;
- 1.3.2 as peculiaridades do caso concreto;
- 1.3.3 as circunstâncias agravantes ou atenuantes;
- 1.3.4 os danos que dela provierem para a Administração Pública;
- 1.3.5 a implantação ou o aperfeiçoamento de programa de integridade, conforme normas e orientações dos órgãos de controle.

1.4. A multa será recolhida no prazo máximo de 15 (quinze) dias úteis, a contar da comunicação oficial.

1.4.1 Para as infrações previstas nos itens Erro: Origem da referência não encontrada, 19.2.2 e 19.2.3, a multa será de 10% (dez por cento) **do valor da proposta apresentada para o(s) item(ns) relacionado(s) à infração.**

1.4.2 Para as infrações previstas nos itens 19.2.4, 19.2.5, 19.2.6, 19.2.7, 19.2.8 e 19.2.9, a multa será de 20% (vinte por cento) **do valor da proposta apresentada para o(s) item(ns) relacionado(s) à infração.**

1.5. As sanções de advertência, impedimento de licitar e contratar e declaração de inidoneidade para licitar ou contratar poderão ser aplicadas, cumulativamente ou não, à penalidade de multa.

1.6. Na aplicação da sanção de multa será facultada a defesa do interessado no prazo de 15 (quinze) dias úteis, contado da data de sua intimação.

1.7. A sanção de impedimento de licitar e contratar será aplicada ao responsável em decorrência das infrações administrativas relacionadas nos itens Erro: Origem da referência não encontrada, 19.2.2, 19.2.3 e 19.2.4, quando não se justificar a imposição de penalidade mais grave, e impedirá o responsável de licitar e contratar no âmbito da Administração Pública direta e indireta do ente federativo a qual pertencer o órgão ou entidade, pelo prazo máximo de 3 (três) anos.

1.8. Poderá ser aplicada ao responsável a sanção de declaração de inidoneidade para licitar ou contratar, em decorrência da prática das infrações dispostas nos itens 19.2.5, 19.2.6, 19.2.7, 19.2.8 e 19.2.9, bem como pelas infrações administrativas previstas nos itens Erro: Origem da referência não encontrada, 19.2.2, 19.2.3 e 19.2.4 que justifiquem a imposição de penalidade mais grave que a sanção de impedimento de licitar e contratar, cuja duração observará o prazo previsto no art. 156, §5º, da Lei nº 14.133, de 2021.

1.9. A apuração de responsabilidade relacionadas às sanções de impedimento de licitar e contratar e de declaração de inidoneidade para licitar ou contratar demandará a instauração de processo de responsabilização a ser conduzido por comissão composta por 2 (dois) ou mais servidores estáveis, que avaliará fatos e circunstâncias conhecidos e intimará o licitante ou o adjudicatário para, no prazo de 15 (quinze) dias úteis, contado da data de sua intimação, apresentar defesa escrita e especificar as provas que pretenda produzir.





1.10. Caberá recurso no prazo de 15 (quinze) dias úteis da aplicação das sanções de advertência, multa e impedimento de licitar e contratar, contado da data da intimação, o qual será dirigido à autoridade que tiver proferido a decisão recorrida, que, se não a reconsiderar no prazo de 5 (cinco) dias úteis, encaminhará o recurso com sua motivação à autoridade superior, que deverá proferir sua decisão no prazo máximo de 20 (vinte) dias úteis, contado do recebimento dos autos.

1.11. Caberá a apresentação de pedido de reconsideração da aplicação da sanção de declaração de inidoneidade para licitar ou contratar no prazo de 15 (quinze) dias úteis, contado da data da intimação, e decidido no prazo máximo de 20 (vinte) dias úteis, contado do seu recebimento.

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

1.13. A aplicação das sanções previstas neste Termo de Referência não exclui, em hipótese alguma, a obrigação de reparação integral dos danos causados.

1.14. Para a garantia da ampla defesa e contraditório dos licitantes, as notificações serão enviadas eletronicamente para os endereços de e-mail informados na proposta comercial, bem como os cadastrados pela empresa na plataforma digital, quando do processo sob a forma eletrônica.

20. DOS DIREITOS AUTORAIS

20.1. Fica estabelecida a cessão total e definitiva dos direitos patrimoniais de uso, ideias (inclusos os estudos, planos, etc.), peças, campanhas e demais materiais de publicidade, concebidas, criadas e produzidas em virtude do Contrato firmado, para a propriedade da Câmara Municipal de Ilha Solteira, sendo inexigível remuneração adicional a qualquer tempo e título.

20.2. A CONTRATANTE considerará já incluída no custo de produção toda e qualquer remuneração exigida por terceiros, derivada da cessão de direitos autorais de fornecedoras das contratadas, ou uso de imagem de artistas e modelos, seja por tempo limitado ou definitivo.

20.2.1. A CONTRATANTE poderá, a seu juízo, utilizar referidos direitos diretamente ou por meio de terceiros, durante a vigência deste contrato, sem que lhe caiba qualquer ônus perante a CONTRATADA, seus empregados e prepostos.

20.2.2. A juízo da CONTRATANTE, as peças criadas pela CONTRATADA poderão ser reutilizadas em conjunto com outros órgãos ou entidades da Administração Pública do Município de Ilha Solteira, sem que caiba a eles ou à CONTRATANTE qualquer ônus perante a CONTRATADA.

20.2.2.1. Caberá a esses órgãos ou entidades, diretamente ou por intermédio das agências de propaganda com que mantenham contrato, quando couber, efetuar o acordo comercial com os eventuais detentores dos direitos de autor e conexos relacionados com a produção externa das peças a serem reutilizadas.





20.3. Os direitos são cedidos de forma total e definitiva, para uso no Brasil e em outros países.

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

20.5. Quando necessário realizar contratações que envolvam direitos de autor e conexos, nos termos da Lei Federal nº 9.610/1998, a CONTRATADA solicitará dos fornecedores orçamentos que prevejam a cessão por prazo, finalidade, território e preço, inclusive quanto à eventual renovação de contrato.

20.5.1. A CONTRATADA utilizará os trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos de autor e conexos dentro dos limites estipulados no respectivo ato de cessão e condicionará a contratação ao estabelecimento, no ato de cessão, orçamento ou contrato, de cláusulas em que o fornecedor dos bens e dos serviços especializados garanta a cessão pelo prazo definido pela CONTRATANTE, em cada caso, e se declare ciente e de acordo com as condições estabelecidas no subitem 20.5.2.

20.5.2. Na reutilização de peças por período igual ao inicialmente ajustado, o percentual a ser pago pela CONTRATANTE será de, no máximo, 50% (cinquenta por cento) em relação a:

- a) o valor original dos direitos patrimoniais de autor e conexos;
- b) ao valor original da cessão de uso de obras consagradas incorporadas às peças.

20.5.2.1. Para a reutilização por períodos inferiores, o percentual máximo será obtido pela regra de três simples.

20.5.2.2. O valor inicialmente contratado poderá ser reajustado tendo como parâmetros básicos os preços vigentes no mercado, aplicando-se, no máximo, a variação do IPCA (Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo), ocorrida no período, ou por outro índice que o venha a substituir, desde que decorrido pelo menos um ano da cessão original dos direitos.

20.5.2.3. Quando da reutilização de quaisquer peças publicitárias, conforme previsto no subitem 20.5.2, o valor a ser pago pela CONTRATANTE será negociado caso a caso, tendo como parâmetros básicos a qualidade e os preços praticados no mercado, obedecidos os percentuais máximos definidos neste contrato.

20.6. Qualquer remuneração devida em decorrência da cessão dos direitos patrimoniais de autor e conexos será sempre considerada como já incluída no custo de produção.

20.7. A CONTRATADA se obriga a fazer constar, em destaque, os preços de cachês, os de cessão de direito de uso de obra consagrada incorporada à peça e os de cessão dos demais direitos patrimoniais de autor e conexos, nos orçamentos de produção aprovados pela CONTRATANTE, após os procedimentos previstos no subitem 14.2.

20.8. A CONTRATADA se obriga a fazer constar dos respectivos ajustes que vier a celebrar com fornecedores de bens e de serviços especializados, nos casos de tomadas





de imagens que não impliquem direitos de imagem e som de voz, cláusulas escritas estabelecendo:

I- a cessão dos direitos patrimoniais do autor desse material à CONTRATANTE, que poderá, a seu juízo, utilizar referidos direitos, diretamente ou por intermédio de terceiros, durante o prazo de 05 (cinco) anos, contados da data do pagamento do bem ou do serviço especializado, pela CONTRATADA ao fornecedor, sem que caiba à CONTRATANTE qualquer ônus adicional perante os cedentes desses direitos;

II- que, em decorrência da cessão prevista no inciso anterior, a CONTRATANTE poderá solicitar cópia de imagens contidas no material bruto produzido, em mídia compatível com seu uso e destinação, por intermédio da CONTRATADA ou de outra empresa com que venha a manter contrato para prestação de serviços;

III- que qualquer remuneração devida em decorrência da cessão referida nos incisos anteriores será considerada como já incluída no custo de produção.

20.8.1. Se a CONTRATANTE pretender utilizar imagens que impliquem direitos de imagem e som de voz, constantes da cópia mencionada no inciso II do subitem 20.8, adotará as medidas cabíveis para a remuneração dos detentores desses direitos, nos termos da legislação.

20.9. A CONTRATANTE poderá aproveitar, para veiculação, peças produzidas para outros órgãos e entidades da Administração Pública do Município de Ilha Solteira. Nesses casos, quando couber, a CONTRATADA ficará responsável pelo acordo comercial com os eventuais detentores dos direitos patrimoniais de autor e conexos das peças e o submeterá previamente à CONTRATANTE.

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

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





ANEXO III

BRIEFING

1. BRIEFING

1.1. O objetivo desse briefing é solicitar a elaboração de uma campanha publicitária simulada, que servirá como parte da avaliação da Proposta Técnica da Concorrência nº 001/2026 da Câmara Municipal de Ilha Solteira – SP.

2. BACKGROUND

2.1. A Câmara Municipal de Ilha Solteira está localizada no extremo noroeste do Estado de São Paulo, em um município que nasceu de forma planejada em 1968 para abrigar os trabalhadores da construção da Usina Hidrelétrica de Ilha Solteira, no Rio Paraná, atualmente uma das maiores do país. Reconhecida oficialmente como Estância Turística desde o ano 2000, a cidade construiu sua identidade em torno das praias fluviais artificiais, da proximidade com os rios Paraná, Tietê e São José dos Dourados e de um traçado urbano singular, sem cruzamentos tradicionais, que ainda hoje desperta curiosidade de moradores e visitantes.

2.2. Essa vocação turística é também o ponto mais sensível do município. O intenso uso das áreas de lazer ribeirinhas, somado ao hábito recorrente de descarte irregular de lixo, entulho e galhadas em terrenos baldios e vias públicas, ameaça diretamente a limpeza das praias, a qualidade das águas e a imagem de cidade planejada e organizada que Ilha Solteira cultiva desde sua fundação. Mesmo com placas de advertência e fiscalização da Divisão de Limpeza Urbana, parte da população volta a descartar resíduos nos mesmos pontos poucas horas depois da coleta.

2.3. A situação se intensifica em períodos de maior movimentação, como o Réveillon na praia fluvial, o Carnaval, o Ilha Moto Festival e a Fapic, quando o volume de visitantes e a geração de resíduos nas áreas públicas e turísticas crescem consideravelmente.

3. DESAFIO DE COMUNICAÇÃO

3.1. O principal obstáculo é romper a ideia de que a limpeza da cidade é responsabilidade exclusiva do poder público, transformando cada morador, comerciante e visitante em guardião ativo das praias, dos rios e dos espaços públicos que sustentam a vocação turística do município. A comunicação precisa mostrar que jogar lixo em um terreno baldio ou abandonar resíduos às margens das praias compromete algo maior do que a paisagem: a economia do turismo, a saúde pública e a reputação de Ilha Solteira como cidade planejada e referência regional.

3.2. A campanha deve se apoiar no orgulho que os ilhenses têm de sua história e de sua identidade como cidade e Estância Turística, para transformar esse sentimento de pertencimento em cuidado concreto com o espaço comum. O desafio é construir uma narrativa de corresponsabilidade que mobilize sem soar punitiva, aproximando a Câmara Municipal da população como instância que também legisla e fiscaliza em defesa do meio ambiente e da limpeza pública.





4. OBJETIVOS DA CAMPANHA

4.1. Promover a conscientização da população sobre a importância da preservação ambiental, do descarte adequado de resíduos e da conservação dos espaços públicos, destacando o papel institucional da Câmara Municipal de Ilha Solteira na elaboração de normas, na fiscalização das políticas públicas e no incentivo à participação dos cidadãos, em consonância com a identidade do Município como cidade planejada e Estância Turística.

4.2. Objetivos Específicos:

- Conscientizar a população sobre os impactos do descarte irregular de lixo nas praias, nos rios e nos terrenos urbanos, relacionando diretamente a limpeza pública à preservação do turismo e da economia local.
- Estimular práticas corretas de descarte e separação de resíduos, divulgando os canais e parcerias já existentes no município, como a coleta seletiva e os programas de recolhimento de lâmpadas, pilhas e óleo de cozinha.
- Engajar comerciantes, frequentadores das praias fluviais e turistas na preservação das áreas de lazer durante a alta temporada e os grandes eventos do calendário municipal.
- Fortalecer o senso de pertencimento e orgulho cívico dos moradores em relação à identidade de Ilha Solteira como cidade planejada e Estância Turística.

5. PÚBLICO-ALVO

5.1. Público Primário: Moradores com o hábito de descartar lixo, entulho ou galhadas de forma irregular em terrenos baldios e vias públicas; comerciantes e frequentadores das praias fluviais (Catarina, Marina e Recanto das Águas); pescadores e moradores de bairros próximos à orla.

5.2. Público Secundário: Turistas e visitantes que frequentam a cidade durante a alta temporada e os eventos do calendário municipal; estudantes da rede municipal de ensino e da Unesp, como agentes multiplicadores de conscientização ambiental.

6. PERÍODO E DURAÇÃO DA CAMPANHA

6.1. O Plano de Comunicação Publicitária a ser desenvolvido deverá simular uma campanha com duração de 01 (um) mês, concentrada no período de alta temporada turística (verão), quando o fluxo de visitantes às praias fluviais e aos eventos públicos é mais intenso e o volume de resíduos gerados na cidade atinge seu pico.

6.2. Verba disponível para a campanha simulada:

6.2.1. Para fins de cálculo da produção e veiculação da campanha institucional simulada, a licitante utilizará como referencial máximo o montante de R\$ 80.000,00 (oitenta mil reais) para a campanha.





ESTADO DE SÃO PAULO

Câmara Municipal de Ilha Solteira

PODER LEGISLATIVO MUNICIPAL

ANEXO IV

MODELO DE PROPOSTA DE PREÇOS

À

Câmara Municipal de Ilha Solteira/SP

Concorrência nº 001/2026.

Objeto: Contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agência de propaganda, abrangendo o conjunto de atividades realizadas de forma integrada, cujo propósito é o estudo, planejamento, conceituação, criação, execução interna, intermediação, supervisão da execução externa e distribuição de ações publicitárias junto a públicos de interesse da Câmara Municipal de Ilha Solteira/SP.

A empresa **(NOME DA EMPRESA)**, (nº do CNPJ)....., sediada (endereço completo)....., telefone/celular: (____)_____; e-mail: _____, por intermédio de seu representante legal, o (a) Sr (a)_____, portador (a) da Carteira de Identidade nº_____e do CPF nº_____, vem por meio desta, apresentar Proposta de Preços à Concorrência em epigrafe conforme descrito abaixo:

ITEM	DESCRIÇÃO	PERCENTUAL (%)
1	Percentual de desconto sobre os custos internos da agência calculados pela Tabela Referencial de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de São Paulo – SINAPRO/SP;	
2	Percentual de honorários máximos sobre os custos relativos à produção e à execução técnica de peças e materiais por fornecedores especializados.	
3	Percentual de honorários máximos sobre os custos de planejamento e execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes ao objeto;	
4	Percentual de honorários máximos sobre os custos de criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária por fornecedores especializados.	
5	Percentual de remuneração máxima sobre a aquisição	





ESTADO DE SÃO PAULO

Câmara Municipal de Ilha Solteira

PODER LEGISLATIVO MUNICIPAL

	de mídia digital, exclusivamente quando o veículo ou plataforma não remunerar a agência mediante desconto de agência ou remuneração equivalente	
--	---	--

O prazo de validade da proposta é de ____ (____) dias.

Nome do banco indicado para o pagamento: _____, Agência: _____,
Conta Corrente: _____.

Declaro que examinei, conheço e me submeto a todas as condições expressas no Edital e seus anexos, bem como verifiquei todas as especificações contidas, não havendo quaisquer discrepâncias nas informações, nas condições de fornecimento e documentos que dele fazem parte.

Declaro que o preço ofertado 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.

Declaro ainda que, estou ciente de todas as condições que possam de qualquer forma influir nos custos diretos ou indiretos, assumindo total responsabilidade por erros ou omissões existentes nesta proposta, bem como qualquer despesa relativa à realização integral de seu objeto.

Local ____ de ____ de 20__.

Representante Legal





ANEXO V

MINUTA DO TERMO DE CONTRATO

(Processo Administrativo nº.....)

CONTRATO ADMINISTRATIVO Nº ____ /
____ QUE ENTRE SI CELEBRAM A
CÂMARA MUNICIPAL DE ILHA
SOLTEIRA/SP E A EMPRESA _____

A CÂMARA MUNICIPAL DE ILHA SOLTEIRA, Estado de São Paulo, pessoa jurídica de direito público interno, inscrito no CNPJ sob o nº 59.764.886/0001-92, situada a Av. Brasil Norte, 1670, bairro Zona Norte, Ilha Solteira-SP, neste ato representada pelo seu Presidente, o vereador Sr. xxxx, brasileiro, casado, portador do RG. nº xxx - SSP/SP, e CPF nº xxx, denominada **CONTRATANTE** e a empresa, inscrita no CNPJ sob nº XXXXXXXX, sediada no(a) _____, nº _____, bairro _____, na cidade _____, CEP: _____, representada por _____, portador do R.G. nº _____, CPF nº _____, denominada **CONTRATADA**, tendo em vista o que consta no Processo nº xx/2026 e em observância às disposições da Lei nº 14.133, de 1º de abril de 2021, e demais legislação aplicável, resolvem celebrar o presente Termo de Contrato, decorrente do Concorrência nº 001/2026, mediante as cláusulas e condições a seguir enunciadas.

CLÁUSULA PRIMEIRA – DO OBJETO ([art. 92, I e II](#))

1.1. O objeto do presente instrumento é a contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agência de propaganda, abrangendo o conjunto de atividades realizadas de forma integrada, cujo propósito é o estudo, planejamento, conceituação, criação, execução interna, intermediação, supervisão da execução externa e distribuição de ações publicitárias junto a públicos de interesse da Câmara Municipal de Ilha Solteira/SP, conforme condições e exigências estabelecidas no Termo de Referência e na Proposta de Preços.

1.2. Quantidade e especificação do objeto da contratação:

ITE M	DESCRIÇÃO	UNIDAD E	PERÍODO	VALOR TOTAL (ESTIMADO)
01	Contratação de agência de propaganda para prestação de serviços de publicidade, nos termos da Lei Federal nº 12.232/2010.	Serviço	12 meses	R\$ 200.000,00





1.3. Vinculam esta contratação, independentemente de transcrição:

1.3.1. O Termo de Referência;

1.3.2. O Edital da Licitação;

1.3.3. A Documentação de Habilitação e a Proposta de Preços do contratado;

1.3.4. Eventuais anexos dos documentos supracitados.

CLÁUSULA SEGUNDA – DA VIGÊNCIA E PRORROGAÇÃO ([arts. 105, 106 e 107](#))

2.1. O prazo de vigência da contratação é de 12 (doze) meses, contado da data de sua assinatura, prorrogável sucessivamente por até 10 anos, na forma dos [artigos 106 e 107 da Lei nº 14.133, de 2021](#).

2.2. A prorrogação de que trata este item é condicionada ao ateste, pela autoridade competente, de que as condições e os preços permanecem vantajosos para a Administração, devendo a cada início de exercício financeiro ser verificada a existência de créditos orçamentários necessários para o atendimento da despesa, permitida a negociação com o contratado, atentando, ainda, para o cumprimento dos seguintes requisitos:

a) estar formalmente demonstrado no processo que a forma de prestação dos serviços tem natureza continuada;

b) seja juntado relatório que discorra sobre a execução do contrato, com informações de que os serviços tenham sido prestados regularmente;

c) seja juntada justificativa e motivo, por escrito, de que a Administração mantém interesse na realização do serviço;

d) haja manifestação expressa do contratado informando o interesse na prorrogação;

e) seja comprovado que o contratado mantém as condições iniciais de habilitação.

2.3. O Contratado poderá se opor à prorrogação de que trata a subdivisão acima, desde que o faça mediante documento escrito, recepcionado pelo Contratante em até 90 (noventa) dias antes do vencimento do contrato ou de cada uma das prorrogações do prazo de vigência.

2.4. O Contratado não tem direito subjetivo à prorrogação contratual, e não poderá pleitear qualquer espécie de indenização em razão da não prorrogação do prazo de vigência contratual por conveniência do Contratante.

2.5. O contrato não poderá ser prorrogado quando o Contratado tiver sido penalizado com as sanções de declaração de inidoneidade ou impedimento de licitar e contratar com o órgão licitante, observadas as abrangências de aplicação.

2.6. Não obstante o prazo estipulado nesta cláusula, a vigência nos exercícios subsequentes ao da celebração do contrato estará sujeita a condições resolutivas consubstanciadas:





I - na inexistência de recursos aprovados nas respectivas Leis Orçamentárias de cada exercício para atender as respectivas despesas, acarretando a extinção do contrato a partir de sua ocorrência; ou

II - na ausência de vantagem para o Contratante na manutenção do contrato, desde que o Contratante comunique ao Contratado a opção pela extinção do contrato com ao menos 2 (dois) meses de antecedência em relação à próxima data de aniversário do contrato, acarretando a extinção do contrato a partir da referida data de aniversário contratual.

2.8. Ocorrendo a resolução do contrato, com base em uma das condições resolutivas estipuladas na subdivisão acima desta cláusula, o Contratado não terá direito a qualquer espécie de indenização.

2.9. O presente Contrato será regido pela Lei Federal nº 12.232, de 29 de abril de 2010, e, subsidiariamente segundos as disposições da Lei federal nº 14.133/2021, bem como as disposições contidas na Lei nº 8.078, de 1990 – Código de Defesa do Consumidor – e normas e princípios gerais dos contratos.

CLÁUSULA TERCEIRA – DOS MODELOS DE EXECUÇÃO E GESTÃO CONTRATUAIS ([art. 92, IV, VII e XVIII](#))

3.1. O regime de execução contratual, os modelos de gestão e de execução, assim como os prazos e condições de conclusão, observação e recebimento do objeto constam no Termo de Referência, anexo a este Contrato.

CLÁUSULA QUARTA – DO PREÇO E DAS CONDIÇÕES DE PAGAMENTO ([art. 92, V e VI](#))

4.1. O valor total estimado da contratação é de **R\$ (.....)**

Remuneração

4.1.1. Pelos serviços prestados, a CONTRATADA será remunerada conforme disposto nesta Cláusula e na proposta de preços, conforme segue:

I. Desconto de% (.....) sobre os custos internos da agência calculados pela Tabela Referencial de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de São Paulo – SINAPRO/SP;

II. Honorários de% (.....) sobre os custos relativos à produção e à execução técnica de peças e materiais por fornecedores especializados;

III. Honorários de% (.....) sobre os custos de planejamento e execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes ao objeto;

IV. Honorários de% (.....) sobre os custos de criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária por fornecedores especializados; e





V. Remuneração de% (.....) sobre a aquisição de mídia digital, exclusivamente quando o veículo ou plataforma não remunerar a agência mediante desconto de agência ou remuneração equivalente.

4.1.2. Fica acordado, também, que na vigência contratual, a CONTRATADA fará jus ao desconto padrão de agência e aos honorários sobre produção de terceiros (serviços técnicos complementares), em conformidade com o art. 11 da Lei Federal nº 4.680/65 e do Decreto Federal nº 57.690/66.

4.1.2.1. O desconto de que trata o subitem 4.1.2 será concedido à CONTRATADA pela concepção, execução e ou distribuição de publicidade, por ordem e conta da CONTRATANTE, nos termos do art. 19 da Lei Federal nº 12.232/2010.

4.1.3. A CONTRATADA não fará jus a honorários ou a qualquer outra remuneração sobre os custos de serviços internos ou realizados por fornecedores referentes à produção de peças e materiais cuja distribuição lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação.

4.1.4. Os leiautes, roteiros e similares reprovados não serão cobrados pela CONTRATADA

4.2. No valor acima estão incluídas todas as despesas ordinárias diretas e indiretas decorrentes da execução do objeto, inclusive tributos e/ou impostos, encargos sociais, trabalhistas, previdenciários, fiscais e comerciais incidentes, taxa de administração, frete, seguro e outros necessários ao cumprimento integral do objeto da contratação.

4.3. Os pagamentos devidos à Contratada serão efetuados mediante crédito em conta corrente, no prazo de **até 30 (trinta) dias**, contado da data de recebimento dos documentos fiscais.

4.3.1. O documento de cobrança da Contratada será mediante nota fiscal/fatura, cujo crédito será realizado na conta corrente indicada pela Contratada.

4.3.2. Os pagamentos devidos à contratada dependerão dos quantitativos atestados dos serviços efetivamente prestados.

4.4. Será considerada data do pagamento o dia em que constar como emitida a ordem bancária para pagamento.

4.5. Se for constatado erro ou irregularidade na nota fiscal/fatura, a Contratante, a seu critério, poderá devolvê-la para as devidas correções, ou aceitá-la, com a glosa da parte que considerar indevida, nesta hipótese, o prazo para pagamento iniciar-se-á após a regularização da situação ou reapresentação do documento fiscal, não acarretando qualquer ônus para a Contratante.

4.5.1. Na hipótese de devolução, a nota fiscal/fatura será considerada como não apresentada, para fins de atendimento das condições contratuais.

4.6. A requerimento expresso e tempestivo da Contratada, caso haja atraso no pagamento por culpa da CONTRATANTE, poderá ser aplicada a correção monetária





entre a data do adimplemento das obrigações e a do efetivo pagamento com base com base no IPCA, ou IGPM, caso o primeiro índice não possa ser aplicado, ou outro índice aplicável, caso o IGPM, por razões justificadas, não possa ser aplicado.

4.7. O pagamento fica condicionado a comprovação pela contratada que se encontra “em dia” com suas obrigações para com o sistema de seguridade social, mediante apresentação das Certidões Negativas de Débitos com as Receitas Federal e Municipal, com o FGTS e com a Justiça do Trabalho (CNDT), conforme documentos exigidos na fase preparatória da contratação, devendo a CONTRATADA se manter adimplente durante todo o período da contratação.

4.7.1. Constatada irregularidade fiscal ou trabalhista, a CONTRATADA será notificada para regularizar sua situação ou apresentar justificativa no prazo de 10 (dez) dias úteis, sem prejuízo da adoção das providências administrativas cabíveis, inclusive eventual extinção contratual, mediante decisão motivada, assegurados o contraditório e a ampla defesa,

4.8. Os serviços contratados serão documentados mediante a apresentação de Notas Fiscais/Faturas da CONTRATADA com os valores relativos ao seu serviço, anexando ainda as faturas dos veículos de divulgação e outros fornecedores, e fazendo constar do corpo da Nota Fiscal da agência os serviços prestados por esses terceiros (veículos e fornecedores), com os números das notas fiscais respectivas e com os valores dos serviços realizados por estes, sendo feito o pagamento por depósito no valor global (agência + veículos/fornecedores) para a CONTRATADA.

4.9. A CONTRATADA não emitirá Nota Fiscal própria com os valores dos serviços globais, mas apenas de sua parte, de acordo com as normas do Conselho Executivo de Normas-Padrão – CENP.

4.9.1. Os demais fornecedores emitirão Notas Fiscais com seus valores, e estas serão apresentadas conjuntamente pela CONTRATADA para a efetuação do pagamento, que repassará, obrigatoriamente, a parte devida aos fornecedores, sendo que nas Notas Fiscais deverão constar o número do contrato.

4.10. A Contratante não pagará, sem que tenha autorização prévia e formal, qualquer compromisso que lhe venha a ser cobrado diretamente por terceiros, sejam ou não instituições financeiras.

4.11. Os eventuais encargos financeiros, processuais e outros, decorrentes da inobservância, pela Contratada, de prazo de pagamento, serão de sua exclusiva responsabilidade.

4.12. Caso a Contratada seja optante pelo Simples Nacional e, por causa superveniente à contratação, perca as condições de enquadramento como microempresa ou empresa de pequeno porte ou, ainda, torne-se impedido de beneficiar-se desse regime tributário diferenciado por incorrer em alguma das vedações previstas na Lei Complementar nº 123, de 2006, não poderá deixar de cumprir as obrigações avençadas perante a Administração, tampouco requerer o reequilíbrio econômico-financeiro, com base na alegação de que a sua proposta levou em consideração as vantagens daquele regime tributário diferenciado.

CLÁUSULA QUINTA – DA DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA ([art. 92, VIII](#))





5.1. As despesas decorrentes da presente contratação correrão à conta de recursos específicos consignados no orçamento da Câmara Municipal de Ilha Solteira/SP, na dotação abaixo discriminada:

Gestão/Unidade:

Fonte de Recursos:

Programa de Trabalho:

Elemento de Despesa:

Plano Interno:

Nota de Empenho:

5.2. A dotação relativa aos exercícios financeiros subsequentes será indicada após aprovação da Lei Orçamentária respectiva e liberação dos créditos correspondentes, mediante apostilamento.

CLÁUSULA SEXTA – REAJUSTE

6.1. O reajuste do contrato se dará após decorridos 12 (doze) meses, tendo como data-base a data do orçamento estimado, de acordo à variação do Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo - IPCA, do IBGE, acumulado no período de 12 (doze) meses, ou outro índice que vier a substituí-lo.

6.2. O reajuste previsto no item anterior incidirá exclusivamente sobre o valor global estimado da contratação, com a finalidade de preservar o poder de compra da verba destinada à execução das ações publicitárias, não implicando alteração dos percentuais de desconto e de remuneração estabelecidos na proposta vencedora, os quais permanecerão aplicáveis sobre os respectivos valores de referência, inclusive sobre os custos internos previstos na tabela vigente do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de São Paulo – SINAPRO/SP e suas atualizações.

CLÁUSULA SÉTIMA – DAS OBRIGAÇÕES DO CONTRATANTE (art. 92, X, XI e XIV)

7.1. São obrigações do Contratante, além das previstas no Item 15 do Termo de Referência:

7.1.1. Exigir o cumprimento de todas as obrigações assumidas pelo Contratado, de acordo com o contrato e seus anexos;

7.1.2. Receber o objeto no prazo e condições estabelecidas no Termo de Referência;

7.1.3. Notificar o Contratado, por escrito, sobre incorreções verificadas durante a execução do objeto, para que seja por ele corrigido, no total ou em parte, às suas expensas;

7.1.4. Acompanhar e fiscalizar a execução do contrato e o cumprimento das obrigações pelo Contratado;

7.1.5. Comunicar ao Contratado para emissão de Nota Fiscal relativa à parcela incontroversa, para efeito de liquidação e pagamento, quando houver controvérsia sobre a execução do objeto, quanto à dimensão, qualidade e quantidade, conforme o [art. 143 da Lei nº 14.133, de 2021](#);

7.1.6. Efetuar o pagamento ao Contratado do valor correspondente a execução do objeto, no prazo, forma e condições estabelecidos no presente Contrato e no Termo de Referência;

7.1.7. Aplicar ao Contratado as sanções previstas na lei e neste Contrato;





7.1.8. Não praticar atos de intervenção indevida na gestão interna do Contratado, em conformidade com o [art. 48, da Lei nº 14.133, de 2021](#).

7.1.9. Cientificar o órgão de representação judicial da Procuradoria do Câmara Municipal para adoção das medidas cabíveis quando do descumprimento de obrigações pelo Contratado;

7.1.10. Explicitamente emitir decisão sobre todas as solicitações e reclamações relacionadas à execução do presente Contrato, ressalvados os requerimentos manifestamente impertinentes, meramente protelatórios ou de nenhum interesse para a boa execução do ajuste.

7.1.10.1. A Administração terá o prazo de 30 (trinta) dias, a contar da data do protocolo do requerimento para decidir, admitida a prorrogação motivada, por igual período.

7.1.11. Responder eventuais pedidos de reestabelecimento do equilíbrio econômico-financeiro feitos pelo contratado no prazo máximo de 01 (um) mês.

7.1.12. Observar, no tratamento de dados pessoais de profissionais, empregados, prepostos, administradores e/ou sócios da Contratada, a que tenha acesso durante a execução do objeto a que se refere a cláusula primeira deste contrato, as normas legais e regulamentares aplicáveis, em especial, a [Lei nº 13.709, de 14 de agosto de 2018](#), com suas alterações subsequentes.

7.1.13. A Administração não responderá por quaisquer compromissos assumidos pelo Contratado com terceiros, ainda que vinculados à execução do contrato, bem como por qualquer dano causado a terceiros em decorrência de ato do Contratado, de seus empregados, prepostos ou subordinados.

CLÁUSULA OITAVA – DAS OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA ([art. 92, XIV, XVI e XVII](#))

8.1. São obrigações da Contratada, além daquelas previstas no item 14 do Termo de Referência, as estabelecidas na legislação aplicável e neste instrumento contratual, especialmente as seguintes:

8.1.1. Designar e manter preposto aceito pelo Contratante para representar o Contratado na execução do contrato;

8.1.1.1. A indicação ou a manutenção do preposto do Contratado poderá ser recusada pelo Contratante, desde que devidamente justificada, hipótese em que o Contratado deverá designar outro para o exercício da atividade;

8.1.2. Atender às determinações regulares emitidas pelo fiscal do contrato ou autoridade superior ([art. 137, II, da Lei nº 14.133, de 2021](#)) e prestar todo esclarecimento ou informação por eles solicitados;

8.1.3. Reparar, corrigir, ou substituir, às suas expensas, no total ou em parte, no prazo fixado pelo fiscal do contrato, os serviços nos quais se verificarem incorreções resultantes da execução ou dos materiais empregados;

8.1.4. Responsabilizar-se pelos vícios e danos decorrentes da execução do objeto, bem como por todo e qualquer dano causado à Administração ou terceiros, não reduzindo essa responsabilidade a fiscalização ou o acompanhamento da execução contratual





pelo contratante, que ficará autorizado a descontar dos pagamentos devidos ou da garantia, caso exigida, o valor correspondente aos danos sofridos;

8.1.5. Responsabilizar-se pelo cumprimento de todas as obrigações trabalhistas, previdenciárias, fiscais, comerciais e as demais previstas em legislação específica, cuja inadimplência não transfere a responsabilidade ao contratante e não poderá onerar o objeto do contrato;

8.1.6. Comunicar ao Fiscal do contrato, no prazo de **24 (vinte e quatro) horas**, qualquer ocorrência anormal ou dificuldade criada pela contratante na execução do objeto.

8.1.7. Manter durante toda a vigência do contrato, em compatibilidade com as obrigações assumidas, todas as condições exigidas para habilitação na licitação;

8.1.8. Cumprir, durante todo o período de execução do contrato, a reserva de cargos prevista em lei para pessoa com deficiência, para reabilitado da Previdência Social ou para aprendiz, bem como as reservas de cargos previstas na legislação ([art. 116, da Lei n.º 14.133, de 2021](#));

8.1.9. Comprovar a reserva de cargos a que se refere a cláusula acima, quando solicitado e no prazo fixado pelo fiscal do contrato, com a indicação dos empregados que preencheram as referidas vagas ([art. 116, parágrafo único, da Lei n.º 14.133, de 2021](#));

8.1.10. Guardar sigilo sobre todas as informações obtidas em decorrência do cumprimento do contrato;

8.1.11. Arcar com o ônus decorrente de eventual equívoco no dimensionamento dos quantitativos de sua proposta, inclusive quanto aos custos variáveis decorrentes de fatores futuros e incertos, devendo complementá-los, caso previsto inicialmente em sua proposta não seja satisfatório para o atendimento do objeto da contratação, exceto quando ocorrer algum dos eventos arrolados no [art. 124, II, d, da Lei n.º 14.133, de 2021](#).

8.1.12. Cumprir, além dos postulados legais vigentes de âmbito federal, estadual ou municipal, as normas de segurança do contratante.

8.1.13. Não contratar, durante a vigência do contrato, cônjuge, companheiro ou parente em linha reta, colateral ou por afinidade, até o terceiro grau, de dirigente do contratante ou do fiscal ou gestor do contrato, nos termos do [artigo 48, parágrafo único, da Lei n.º 14.133, de 2021](#);

8.1.14. Informar eventual alteração do preposto ou de sua qualificação, para providências quanto ao apostilamento devido, mantendo atualizado o endereço eletrônico do mesmo para os fins de eficiente comunicação no processo de fiscalização.

8.1.15. Não permitir a utilização de qualquer trabalho do menor de dezesesseis anos, exceto na condição de aprendiz para os maiores de quatorze anos, nem permitir a utilização do trabalho do menor de dezoito anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre.

CLÁUSULA NONA – DA GARANTIA DE EXECUÇÃO ([art. 92, XII e XIII](#))





9.1. Conforme estudo técnico preliminar, não haverá exigência de garantia contratual da execução.

CLÁUSULA DÉCIMA – INFRAÇÕES E SANÇÕES ADMINISTRATIVAS (art. 92, XIV)

10.1. Comete infração administrativa, nos termos da [Lei nº 14.133, de 2021](#), o contratado que:

- a) der causa à inexecução parcial do contrato;
- b) der causa à inexecução parcial do contrato que cause grave dano à Administração ou ao funcionamento dos serviços públicos ou ao interesse coletivo;
- c) der causa à inexecução total do contrato ou instrumento equivalente;
- d) ensejar o retardamento da execução ou da entrega do objeto da contratação sem motivo justificado;
- e) apresentar documentação falsa ou prestar declaração falsa durante a execução do contrato;
- f) praticar ato fraudulento na execução do contrato;
- g) comportar-se de modo inidôneo ou cometer fraude de qualquer natureza;
- h) praticar ato lesivo previsto no [art. 5º da Lei nº 12.846, de 1º de agosto de 2013](#).

10.2. Serão aplicadas ao contratado que incorrer nas infrações acima descritas as seguintes sanções:

I) Advertência, quando o contratado der causa à inexecução parcial do contrato, sempre que não se justificar a imposição de penalidade mais grave ([art. 156, §2º, da Lei nº 14.133, de 2021](#));

II) Impedimento de licitar e contratar, quando praticadas as condutas descritas nas alíneas “b”, “c” e “d” do subitem acima deste Contrato, sempre que não se justificar a imposição de penalidade mais grave ([art. 156, § 4º, da Lei nº 14.133, de 2021](#));

III) Declaração de inidoneidade para licitar e contratar, quando praticadas as condutas descritas nas alíneas “e”, “f”, “g” e “h” do subitem acima deste Contrato, bem como nas alíneas “b”, “c” e “d”, que justifiquem a imposição de penalidade mais grave ([art. 156, §5º, da Lei nº 14.133, de 2021](#)).

IV) Multa por descumprimento de prazos e obrigações:

- a) multa moratória de 0,2% (dois décimos por cento) por dia de atraso injustificado, incidente sobre o valor da parcela inadimplida, até o 10º (décimo) dia de atraso;
- b) a partir do 11º (décimo primeiro) dia e até o 30º (trigésimo) dia de atraso, será acrescida multa moratória de 0,5% (cinco décimos por cento) por dia de atraso, incidente sobre o valor da parcela inadimplida, sem prejuízo da multa acumulada nos termos da alínea “a”;
- c) a partir do 31º (trigésimo primeiro) dia de atraso, a Administração poderá, consideradas as circunstâncias do caso concreto, caracterizar a inexecução da obrigação, hipótese em que deixará de incidir a multa moratória e poderão ser





aplicadas as sanções correspondentes à inexecução, vedada a cumulação de multas pelo mesmo fato gerador.

d) multa compensatória de 10% (dez por cento) sobre o valor da parcela inadimplida, no caso de inexecução parcial do objeto;

e) multa compensatória de 20% (vinte por cento) sobre o valor total do contrato ou instrumento equivalente, no caso de inexecução total do objeto;

f) a aplicação da multa moratória em razão de atraso injustificado não impede a adoção das demais medidas previstas em lei e no contrato ou instrumento equivalente, inclusive a extinção contratual, quando cabível, observada a vedação à cumulação de multas pelo mesmo fato gerador;

g) A multa aplicada em razão de atraso injustificado não impede que a Administração rescinda a contratação e aplique outras sanções previstas em lei.

V) Multa decorrente por extinção contratual

1. nas hipóteses de extinção unilateral, a contratante aplicará multa de 15% (quinze por cento) sobre o valor remanescente do contrato;

2. não deve haver cumulação entre a multa prevista neste artigo e a multa específica prevista para outra inexecução que enseje em extinção. Nessa hipótese, deve ser aplicada a multa de maior valor.

10.3. A aplicação das sanções previstas neste Contrato não exclui, em hipótese alguma, a obrigação de reparação integral do dano causado ao Contratante ([art. 156, §9º, da Lei nº 14.133, de 2021](#))

10.4. Todas as sanções previstas neste Contrato poderão ser aplicadas cumulativamente com a multa ([art. 156, §7º, da Lei nº 14.133, de 2021](#)).

10.4.1. Antes da aplicação da multa será facultada a defesa do interessado no prazo de 15 (quinze) dias úteis, contado da data de sua intimação ([art. 157, da Lei nº 14.133, de 2021](#))

10.4.2. Se a multa aplicada e as indenizações cabíveis forem superiores ao valor do pagamento eventualmente devido pelo Contratante ao Contratado, além da perda desse valor, a diferença será descontada da garantia prestada ou será cobrada judicialmente ([art. 156, §8º, da Lei nº 14.133, de 2021](#)).

10.4.3. Previamente ao encaminhamento à cobrança judicial, a multa poderá ser recolhida administrativamente no prazo máximo de 15 (quinze) dias, a contar da data do recebimento da comunicação enviada pela autoridade competente.

10.5. A aplicação das sanções realizar-se-á em processo administrativo que assegure o contraditório e a ampla defesa ao Contratado, observando-se o procedimento previsto no **caput** e parágrafos do [art. 158 da Lei nº 14.133, de 2021](#), para as penalidades de impedimento de licitar e contratar e de declaração de inidoneidade para licitar ou contratar.

10.6. Na aplicação das sanções serão considerados ([art. 156, §1º, da Lei nº 14.133, de 2021](#)):

- a) a natureza e a gravidade da infração cometida;
- b) as peculiaridades do caso concreto;





- c) as circunstâncias agravantes ou atenuantes;
- d) os danos que dela provierem para o Contratante;
- e) a implantação ou o aperfeiçoamento de programa de integridade, conforme normas e orientações dos órgãos de controle.

10.7. Os atos previstos como infrações administrativas na [Lei nº 14.133, de 2021](#), ou em outras leis de licitações e contratos da Administração Pública que também sejam tipificados como atos lesivos na [Lei nº 12.846, de 2013](#), serão apurados e julgados conjuntamente, nos mesmos autos, observados o rito procedimental e autoridade competente definidos na referida Lei ([art. 159](#)).

10.8. A personalidade jurídica do Contratado poderá ser desconsiderada sempre que utilizada com abuso do direito para facilitar, encobrir ou dissimular a prática dos atos ilícitos previstos neste Contrato ou para provocar confusão patrimonial, e, nesse caso, todos os efeitos das sanções aplicadas à pessoa jurídica serão estendidos aos seus administradores e sócios com poderes de administração, à pessoa jurídica sucessora ou à empresa do mesmo ramo com relação de coligação ou controle, de fato ou de direito, com o Contratado, observados, em todos os casos, o contraditório, a ampla defesa e a obrigatoriedade de análise jurídica prévia ([art. 160, da Lei nº 14.133, de 2021](#)).

10.9. O Contratante deverá, no prazo máximo 15 (quinze) dias úteis, contado da data de aplicação da sanção, informar e manter atualizados os dados relativos às sanções por ela aplicadas, para fins de publicidade no Cadastro Nacional de Empresas Inidôneas e Suspensas (CEIS) e no Cadastro Nacional de Empresas Punidas (CNEP), instituídos no âmbito do Poder Executivo Federal. ([Art. 161, da Lei nº 14.133, de 2021](#)).

10.10. As sanções de impedimento de licitar e contratar e declaração de inidoneidade para licitar ou contratar são passíveis de reabilitação na forma do [art. 163 da Lei nº 14.133/21](#).

10.11. Os débitos do contratado para com a Administração contratante, resultantes de multa administrativa e/ou indenizações, não inscritos em dívida ativa, poderão ser compensados, total ou parcialmente, com os créditos devidos pelo referido órgão decorrentes deste mesmo contrato ou de outros contratos administrativos que o contratado possua com o mesmo órgão ora contratante, na forma da [Instrução Normativa SEGES/ME nº 26, de 13 de abril de 2022](#).

CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA - DA EXTINÇÃO DO CONTRATO ([art. 92, XIX](#))

11.1. O contrato poderá ser extinto na forma, pelos motivos e com as consequências previstos nos [artigos 137 a 139 e 155 a 163 da Lei nº 14.133, de 2021](#).

11.1.1. O Contratado reconhece desde já os direitos do Contratante nos casos de extinção por ato unilateral da Administração, prevista no [artigo 138 da Lei nº 14.133, de 2021](#).

11.1.2. O contrato poderá ser extinto por algum dos motivos previstos no [artigo 137 da Lei nº 14.133, de 2021](#), devendo a extinção ser formalmente motivada nos autos do processo, assegurados o contraditório e a ampla defesa.

11.1.3. A alteração social ou modificação da finalidade ou da estrutura da empresa não ensejará a extinção contratual se não restringir sua capacidade de concluir o contrato.





11.1.3.1. Se a operação societária de que trata a subdivisão acima implicar mudança em pessoa jurídica contratada, deverá ser formalizada alteração subjetiva por termo aditivo

11.2. O termo de extinção, sempre que possível, será precedido da indicação de:

11.2.1. Balanço dos eventos contratuais já cumpridos ou parcialmente cumpridos;

11.2.2. Relação dos pagamentos já efetuados e ainda devidos;

11.2.3. Indenizações e multas.

11.3. A extinção do contrato não configura óbice para o reconhecimento do desequilíbrio econômico-financeiro, hipótese em que será concedida indenização por meio de termo indenizatório ([art. 131, caput, da Lei n.º 14.133, de 2021](#)).

11.4. O descumprimento total ou parcial das obrigações e responsabilidades assumidas pelo Contratado, incluindo o descumprimento das obrigações trabalhistas, não recolhimento das contribuições sociais, previdenciárias ou para com o FGTS, ou a não manutenção das condições de habilitação pelo Contratado, ensejará a aplicação de sanções administrativas, previstas neste instrumento e na legislação vigente, podendo culminar em extinção contratual, por ato unilateral e escrito do Contratante, com base nos artigos 50, 121 e 137 da [Lei n.º 14.133, de 2021](#).

11.5. Se for constatada irregularidade no procedimento licitatório ou na execução contratual, caso não seja possível o saneamento, a decisão pelo Contratante sobre a suspensão da execução ou sobre a declaração de nulidade do contrato somente será adotada na hipótese em que se revelar medida de interesse público, observado o disposto nos artigos 147 a 149 da [Lei n.º 14.133, de 2021](#), conferindo-se ao Contratado oportunidade para prévia manifestação e participação na instrução.

11.6. O contrato poderá ser extinto caso se constate que o contratado mantém vínculo de natureza técnica, comercial, econômica, financeira, trabalhista ou civil com dirigente do órgão ou entidade contratante ou com agente público que tenha desempenhado 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 ([art. 14, inciso IV, da Lei n.º 14.133, de 2021](#)).

CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA – DA SUBCONTRATAÇÃO

12.1. Não será admitida a subcontratação de outra agência de propaganda para execução do núcleo dos serviços publicitários objeto deste contrato, admitida a contratação de fornecedores especializados para execução de atividades complementares, nos termos da Lei Federal nº 12.232/2010, observadas as condições, os procedimentos de seleção, as autorizações prévias e os controles estabelecidos no Termo de Referência.

CLÁUSULA DÉCIMA TERCEIRA – DOS CASOS OMISSOS ([art. 92, III](#))

13.1. Os casos omissos serão decididos pelo contratante, segundo as disposições contidas na [Lei n.º 14.133, de 2021](#), e demais normas federais aplicáveis e, subsidiariamente, segundo as disposições contidas na [Lei n.º 8.078, de 1990 – Código de Defesa do Consumidor](#) – e normas e princípios gerais dos contratos.





CLÁUSULA DÉCIMA QUARTA – DAS ALTERAÇÕES

14.1. Eventuais alterações contratuais reger-se-ão pela disciplina dos [arts. 124 e seguintes da Lei nº 14.133, de 2021](#).

14.2. O contratado é obrigado a aceitar, nas mesmas condições contratuais, os acréscimos ou supressões que se fizerem necessários, até o limite de 25% (vinte e cinco por cento) do valor inicial atualizado do contrato.

14.3. Se o contrato não contemplar preços unitários para serviços cujo aditamento se fizer necessário, esses serão fixados por meio da aplicação da relação geral entre os valores da proposta e o do orçamento base da Administração sobre os preços referenciais ou de mercado vigentes na data do aditamento, respeitados os limites estabelecidos no artigo 125 da Lei nº 14.133, de 2021.

14.4. Eventuais alterações contratuais deverão ser promovidas mediante celebração de termo aditivo, respeitadas as disposições da [Lei nº 14.133, de 2021](#), admitindo-se que, nos casos de justificada necessidade de antecipação de seus efeitos, a formalização do aditivo ocorra no prazo máximo de 1 (um) mês (art. 132 da Lei nº 14.133, de 2021).

14.5. Caso haja alteração unilateral do contrato que aumente ou diminua os encargos do Contratado, o equilíbrio econômico-financeiro inicial será restabelecido no mesmo termo aditivo.

14.6. Registros que não caracterizam alteração do contrato podem ser realizados por simples apostila, dispensada a celebração de termo aditivo, na forma do [art. 136 da Lei nº 14.133, de 2021](#).

CLÁUSULA DÉCIMA QUINTA – DA PUBLICAÇÃO

15.1. Incumbirá ao Contratante divulgar o presente instrumento no Portal Nacional de Contratações Públicas (PNCP), na forma prevista no [art. 94 da Lei 14.133, de 2021](#), bem como no respectivo sítio oficial na Internet, em atenção ao [art. 91, caput, da Lei nº 14.133, de 2021](#) e ao [art. 8º, § 2º, da Lei nº 12.527, de 2011](#).

CLÁUSULA DÉCIMA SEXTA – DO FORO ([art. 92, §1º](#))

16.1. Fica eleito o Foro da Comarca de Ilha Solteira/SP para dirimir os litígios que decorrerem da execução deste Termo de Contrato que não puderem ser compostos pela conciliação, conforme [art. 92, § 1º, da Lei nº 14.133/21](#).

16.2. E assim, por estarem as partes justas e contratadas, foi lavrado o presente instrumento em 01 (uma) via, que, lido e achado conforme pelo Contratado e pelo Contratante, vai por eles assinado para que produza todos os efeitos de Direito, sendo assinado também pelas testemunhas abaixo identificadas.

Ilha Solteira – SP, ____ de ____ de 2026.

Representante legal do CONTRATANTE

Representante legal do CONTRATADO





ESTADO DE SÃO PAULO

Câmara Municipal de Ilha Solteira

PODER LEGISLATIVO MUNICIPAL

TESTEMUNHAS:

1-

2-





ESTADO DE SÃO PAULO

Câmara Municipal de Ilha Solteira

PODER LEGISLATIVO MUNICIPAL

ANEXO VI

**DECLARAÇÃO DE ENQUADRAMENTO NA CONDIÇÃO DE MICRO EMPRESA OU
EMPRESA DE PEQUENO PORTE**

Ref.: Processo Licitatório nº ____/2026

Modalidade: **Concorrência nº 001/2026**

Órgão promotor: Câmara Municipal de Ilha Solteira - SP

(Razão Social da Empresa), estabelecida na(endereço completo), inscrita no CNPJ sob nº neste ato representada pelo seu (representante/sócio/procurador), no uso de suas atribuições legais, vem:

DECLARAR, sob as penas da Lei e para fins de participação no presente certame, que é considerada:

() MICROEMPRESA, conforme inciso I do art. 3º da Lei Complementar nº 123, de 14/12/2006.

() EMPRESA DE PEQUENO PORTE, conforme inciso I do art. 3º da Lei complementar nº123, de 14/12/2006.

(OBS: assinalar com X a condição da empresa)

DECLARA ainda que cumpre os requisitos estabelecidos no artigo 3º da Lei Complementar nº 123, de 2006, estando apto a usufruir do tratamento favorecido estabelecido em seus arts. 42 a 49, observado o disposto nos §§ 1º ao 3º do art. 4º, da Lei n.º 14.133, de 2021;

DECLARA ainda que no presente ano, ainda não tenham celebrado contratos com a Administração Pública cujos valores somados extrapolem a receita bruta máxima admitida para fins de enquadramento como Microempresa ou Empresa de Pequeno Porte.

Por ser verdade assina a presente.

Local e data.....

Nome e Assinatura do Responsável Legal da empresa

121





ESTADO DE SÃO PAULO

Câmara Municipal de Ilha Solteira

PODER LEGISLATIVO MUNICIPAL

ANEXO VII

DECLARAÇÃO DE CREDENCIAMENTO DE REPRESENTANTE LEGAL

Ref.: Processo Licitatório nº ____/2026

Modalidade: **Concorrência nº 001/2026**

Órgão promotor: Câmara Municipal de Ilha Solteira - SP

(Nome da Proponente).....inscrita no
CNPJ sob n.º sediada na
Rua.....nº.....Bairro.....Município.....CEP.
..... Estado do por intermédio de seu
representante legal, Sr(a)....., portador(a) da Cédula de
Identidade n.º expedida
em.....pela.....e do CPF
n.º abaixo assinado(a), para fins de Licitação,
Concorrência nº xx/2026, Tipo: Técnica e Preço, CREDENCIAMOS o
Sr(a)....., portador(a) da Cédula de
Identidade n.º....., expedida em.....
pela de do CPF
n.º.....residente e domiciliado(a) na
Rua.....nº.....Bairro.....Município.....CEP.
..... Estado do na condição de
REPRESENTANTE LEGAL desta licitante, outorgando-lhe plenos poderes para
pronunciar-se em nome da empresa e praticar todos atos inerentes ao certame
licitatório.

Por ser a expressão da verdade e para que surta efeitos legais, firmamos a
presente.

Local e data.....

Nome e Assinatura do Responsável Legal da empresa





ESTADO DE SÃO PAULO

Câmara Municipal de Ilha Solteira

PODER LEGISLATIVO MUNICIPAL

ANEXO VIII

DECLARAÇÃO DE ELABORAÇÃO INDEPENDENTE DA PROPOSTA

(em papel com timbre da licitante)

Ref.: Processo Licitatório nº ____/2026

Modalidade: **Concorrência nº 001/2026**

Órgão promotor: Câmara Municipal de Ilha Solteira - SP

RAZÃO SOCIAL DA EMPRESA, inscrita no CNPJ sob o nº,
Inscrição Municipal nº, com sede na
rua nº, bairro, na cidade
de, UF, endereço eletrônico (e-
mail), telefone
(....), por intermédio de seu representante legal o
Sr., brasileiro, , portador da cédula de identidade
RG/CIN nº e inscrito no CPF sob o
nº, **DECLARA**, para fins de atendimento às exigências
editais, sob as penas da legislação, em especial o art. 299 do Código Penal Brasileiro,
que:

- a) a proposta apresentada para participar dessa licitação foi elaborada de maneira independente pela Licitante, e o conteúdo da proposta não foi, no todo ou em parte, direta ou indiretamente, informado, discutido ou recebido de qualquer outro participante, potencial ou de fato, dessa Concorrência, por qualquer meio ou por qualquer pessoa;
- b) a intenção de apresentar a proposta elaborada para participar dessa licitação não foi informada, discutida ou recebida de qualquer outro participante, potencial ou de fato, da licitação, 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 licitação quanto a participar ou não da licitação;
- d) que o conteúdo da proposta apresentada para participar dessa licitação não será, no todo ou em parte, direta ou indiretamente, comunicado ou discutido com qualquer outro participante, potencial ou de fato, dessa licitação, antes da adjudicação do objeto da referida licitação;
- e) que o conteúdo da proposta apresentada para participar dessa licitação não foi, no todo ou em parte, direta ou indiretamente, informado, discutido ou recebido de qualquer integrante da Câmara Municipal de Ilha Solteira/SP, antes da abertura oficial das propostas; e
- f) que está plenamente ciente do teor e da extensão desta declaração e que detém plenos poderes e informações para firmá-la.

(local e data)

RAZÃO SOCIAL DA LICITANTE

Nome, cargo e assinatura do representante legal

123





ESTADO DE SÃO PAULO

Câmara Municipal de Ilha Solteira

PODER LEGISLATIVO MUNICIPAL

ANEXO IX

DECLARAÇÃO UNIFICADA

(em papel com timbre da licitante)

Ref.: Processo Licitatório nº ____/2026

Modalidade: **Concorrência nº 01/2026**

Órgão promotor: Câmara Municipal de Ilha Solteira - SP

RAZÃO SOCIAL DA EMPRESA, inscrita no CNPJ sob o nº,
Inscrição Municipal nº, com sede na
rua nº, bairro, na
cidade de, UF, endereço eletrônico (e-
mail), telefone
(....), por intermédio de seu representante legal o
Sr., brasileiro, , , portador da cédula de
identidade RG/CIN nº e inscrito no CPF sob o
nº, **DECLARA**, para fins de atendimento às exigências
editais, sob as penas da legislação, em especial o art. 299 do Código Penal
Brasileiro, que:

- a) está ciente e concorda com as condições contidas no edital e seus anexos, bem como de que 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 em definitivo e que cumpre plenamente os requisitos de habilitação definidos no instrumento convocatório;
- b) não emprega menor de 18 anos de idade em trabalho noturno, perigoso ou insalubre e não emprega menor de 16 anos, salvo menor, a partir de 14 anos, na condição de aprendiz, em cumprimento aos termos do art. 7º, XXXIII, da Constituição Federal, e art. 68, VI, da Lei Federal nº 14.133/2021;
- c) não possui empregados executando trabalho degradante ou forçado, observando o disposto nos incisos III e IV do art. 1º e no inciso III do art. 5º da Constituição Federal;
- d) cumpre as exigências de reserva de cargos para pessoa com deficiência e para reabilitado da Previdência Social, previstas em lei e em outras normas específicas;
- e) compromete-se a manter, durante toda a execução do contrato, em compatibilidade com as obrigações por ele assumidas, todas as condições exigidas para a habilitação





ESTADO DE SÃO PAULO

Câmara Municipal de Ilha Solteira

PODER LEGISLATIVO MUNICIPAL

na licitação, nos termos do art. 92, XVI, da Lei Federal nº 14.133/2021;

f) 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 o terceiro grau, nos termos do art. 14, IV, da Lei Federal nº 14.133/2021;

g) que não se encontra impedido de participar desta licitação, tendo sido observadas as disposições contidas no art. 14 da Lei Federal nº 14.133/2021;

h) DECLARA que não há sanções vigentes que legalmente proíbam esta participante de licitar e ou contratar com o contratante.

Inserir o item abaixo somente se a participante for licitante organizada em cooperativa:

i) cumpre, na condição de cooperativa, os requisitos estabelecidos no art. 16 da Lei Federal nº 14.133/2021;

(local e data)

RAZÃO SOCIAL DA LICITANTE

Nome, cargo e assinatura do representante legal





ESTADO DE SÃO PAULO

Câmara Municipal de Ilha Solteira

PODER LEGISLATIVO MUNICIPAL

MANIFESTO DO DOCUMENTO

Licitações

Protocolo Nº: 3294

Documento Nº: 7/2026

Protocolo Data: 20/10/2026

Processo Nº: SN

Gerado por Suelen Botas Guadagnolo na repartição AGENTE DE
CONTRATAÇÃO/PREGOEIRO dia 19/10/2026 às 17:04

CHAVE DE AUTENTICAÇÃO DO DOCUMENTO

30Y0M-EJJ57-NJ60R-3TQI1-0T0VO



Para confirmar a autenticidade acesse

<https://www.cmilhasolteira.sp.gov.br/validador-assinatura>

Documento eletrônico assinado digitalmente conforme DOC-ICP-15 de
25/8/2015.



Ricardo Casagrande (Ricardo da Band) - 700.XXX.XXX-49

Em 20/10/2026 11:43 UTC -03:00

Assinatura Eletrônica Qualificada (ICP)