



GOVERNO DO ESTADO DE SÃO PAULO
SECRETARIA DE GOVERNO
UNIDADE DE COMUNICAÇÃO

UNIDADE DE COMUNICAÇÃO

CONCORRÊNCIA Nº 01/2021

PROCESSO SEGOV-PRC-2020/03094

DATA DA ABERTURA 18/03/2021, às 15:00h

Contratação de Serviços de Publicidade - UNICOM





GOVERNO DO ESTADO DE SÃO PAULO
SECRETARIA DE GOVERNO
UNIDADE DE COMUNICAÇÃO

EDITAL DE CONCORRÊNCIA PARA A CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE

CONCORRÊNCIA Nº 01/2021

PROCESSO SEGOV-PRC-2020/03094

LOCAL: Avenida Morumbi, nº 4500, Palácio dos Bandeirantes - São Paulo/SP

DATA E HORÁRIO DA SESSÃO PÚBLICA DE ABERTURA: 18/03/2021, às 15:00h.

O Governo do Estado de São Paulo, por intermédio da Unidade de Comunicação, do Gabinete do Governador - órgão central do Sistema de Comunicação do Estado de São Paulo - SICOM, neste ato representado por EDUARDO PUGNALI MARCOS portador do RG nº 25.101.306-6 e do CPF nº 175.120.018-35, responsável pela Unidade de Comunicação, torna público que se acha aberta nesta unidade, situada na Av. Morumbi, nº 4.500, sala 83, térreo, licitação na modalidade CONCORRÊNCIA, do tipo MELHOR TÉCNICA, que será regida pela Lei Federal nº 12.232/2010 e, de forma complementar, pela Lei Federal nº 4.680/1965 e pela Lei Federal nº 8.666/1993, além das demais normas legais e regulamentares aplicáveis à espécie.

O Edital será publicado em resumo em jornal de grande circulação e poderá ser obtido gratuitamente no endereço eletrônico <http://www.imprensaoficial.com.br>. A versão completa contendo as especificações poderá ser obtida na sede da Unidade Contratante, mediante simples requerimento ou por meio eletrônico.

Os INVÓLUCROS Nº 1 - PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA (VIA NÃO IDENTIFICADA), o Nº 2 - PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA (VIA IDENTIFICADA), o Nº 3 - OUTROS COMPONENTES DA PROPOSTA TÉCNICA e Nº 4 - PROPOSTA DE PREÇOS serão recebidos pela Unidade Contratante em sessão pública que será realizada no dia, horário e local acima indicados, sendo conduzida pela Comissão Julgadora da Licitação.



Os esclarecimentos sobre os termos deste instrumento convocatório serão prestados pela Comissão Julgadora de Licitação, desde que os pedidos tenham sido recebidos até 02 (dois) dias antes da data de apresentação das propostas, exclusivamente por intermédio de solicitação escrita, em uma das seguintes formas:

A - por carta protocolizada no Centro de Suporte da Unidade de Comunicação, situada na Av. Morumbi, nº 4.500, sala 83, térreo, Morumbi, São Paulo/SP, em dias úteis, no horário das 10:00 às 17:00 horas;

B - pelo e-mail: cpsantos@sp.gov.br

Os pedidos de esclarecimentos serão respondidos mediante divulgação no site: www.imprensaoficial.com.br, opção “e-negociospublicos”, sem informar a identidade da interessada e de seu representante.

1. OBJETO

1.1 **Descrição.** A presente licitação tem por objeto a contratação de serviços de publicidade, assim considerados o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, nos termos do Briefing que integra este Edital como **Anexo I**.

1.2. **Adjudicação.** Para a prestação dos serviços serão contratadas **04 (QUATRO)** agências de propaganda.

1.2.1. As agências de propaganda contratadas atuarão por conta e ordem da Unidade Contratante na contratação de veículos e meios de divulgação para a transmissão de mensagens publicitárias e de fornecedores de bens e serviços especializados para a execução do objeto descrito no **Anexo I**.

1.2.2. A seleção interna entre as agências de propaganda contratadas deverá obedecer ao “Manual de Seleção Interna de Agência de Propaganda Contratada” elaborado pela Unidade de Comunicação do



Governo do Estado de São Paulo, que faz parte deste Edital como **Anexo VI**.

1.2.3. As agências de propaganda contratadas não poderão subcontratar outras agências de propaganda para a execução do objeto contratado.

1.2.4. As agências atuarão de acordo com a solicitação da Unidade Contratante, indistintamente e independentemente de sua classificação no certame, e não terão exclusividade em relação a nenhuma das atividades descritas no **Anexo I** do Edital.

1.2.5. As atividades e ações decorrentes da execução do contrato terão caráter educativo, informativo ou de orientação social, dela não podendo constar nomes, símbolos ou imagens que caracterizam promoção pessoal de autoridades ou servidores públicos.

1.3 **Regime de execução.** Fica estabelecida a forma de execução indireta, sob o regime de empreitada por preço unitário.

1.4. **Valor referencial.** O valor total estimado para a execução do objeto deste certame é de **R\$ 100.000.000,00 (cem milhões de reais)**.

2. PARTICIPAÇÃO NA LICITAÇÃO

2.1. **Participantes.** Poderão participar deste certame licitatório as agências de propaganda, nos termos da Lei Federal nº 4.680/1965 e Lei Federal nº 12.232/2010, que preencherem as condições e requisitos estabelecidos neste Edital e na legislação aplicável.

2.2. **Vedações.** Não poderão participar da presente licitação pessoas jurídicas:

2.2.1. Que estejam com o direito de licitar e contratar temporariamente suspenso, ou que tenham sido impedidas de licitar e contratar com a Administração Pública estadual, direta e indireta, com base no artigo 87, inciso III, da Lei Federal nº 8.666/1993 e no artigo 7º da Lei Federal nº 10.520/2002;

2.2.2. Que tenham sido declaradas inidôneas pela Administração Pública federal, estadual ou municipal, nos termos do artigo 87, inciso IV, da Lei Federal nº 8.666/1993;



GOVERNO DO ESTADO DE SÃO PAULO
SECRETARIA DE GOVERNO
UNIDADE DE COMUNICAÇÃO

- 2.2.3. Que possuam vínculo de natureza técnica, comercial, econômica, financeira ou trabalhista com a autoridade competente, o subscritor do Edital ou algum dos membros da Subcomissão Técnica e da Comissão Julgadora da Licitação, nos termos do artigo 9º da Lei Federal nº 8.666/1993;
- 2.2.4. Que não tenham representação legal no Brasil com poderes expressos para receber citação e responder administrativa ou judicialmente;
- 2.2.5. Que, isoladamente ou em consórcio, tenham sido responsáveis pela elaboração do *briefing*; ou da qual o autor do *briefing* seja dirigente, gerente, acionista ou detentor de mais de 5% (cinco por cento) do capital com direito a voto ou controlador, responsável técnico ou subcontratado;
- 2.2.6. Que tenham sido proibidas pelo Plenário do CADE de participar de licitações promovidas pela Administração Pública federal, estadual, municipal, direta e indireta, em virtude de prática de infração à ordem econômica, nos termos do artigo 38, inciso II, da Lei Federal nº 12.529/2011;
- 2.2.7. Que estejam proibidas de contratar com a Administração Pública em virtude de sanção restritiva de direito decorrente de infração administrativa ambiental, nos termos do art. 72, § 8º, inciso V, da Lei Federal nº 9.605/1998;
- 2.2.8. Que tenham sido proibidas de contratar com o Poder Público em razão de condenação por ato de improbidade administrativa, nos termos do artigo 12 da Lei Federal nº 8.429/1992;
- 2.2.9. Que tenham sido declaradas inidôneas para contratar com a Administração Pública pelo Plenário do Tribunal de Contas do Estado de São Paulo, nos termos do artigo 108, da Lei Complementar Estadual nº 709/1993;
- 2.2.10. Que tenham sido suspensas temporariamente, impedidas ou declaradas inidôneas para licitar ou contratar com a Administração Pública estadual, direta e indireta, por desobediência à Lei de Acesso à Informação, nos termos do artigo 33, incisos IV e V, da Lei



Federal nº 12.527/2011 e do artigo 74, incisos IV e V, do Decreto Estadual nº 58.052/2012.

2.3. Aceitação tácita. A entrega dos invólucros à Comissão Julgadora da Licitação implica na aceitação, pelo licitante, de todas as normas e condições estabelecidas neste Edital, bem como implica:

2.3.1. a confirmação de que recebeu da Comissão Julgadora da Licitação o invólucro padronizado de que trata o item 3.1.1.1 deste Edital e todas as informações relativas à participação neste certame licitatório;

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

2.3.3. a obrigatoriedade de manter todas as condições de habilitação e qualificação exigidas para a contratação, obrigando-se o licitante a declarar, sob as penas da lei, a superveniência de fato impeditivo a participação, quando for o caso.

2.4. Ônus decorrentes da participação. O licitante assume todos os custos decorrentes da elaboração de propostas e da apresentação de documentos de habilitação exigidos neste certame, ficando a Unidade Contratante isenta de qualquer responsabilidade por tais custos, independentemente do resultado do procedimento licitatório.

3. INVÓLUCROS PARA A APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA

3.1 A Proposta Técnica deverá ser entregue à Comissão Julgadora da Licitação acondicionada nos Invólucros nº 1, nº 2 e nº 3.

3.1.1. **Invólucro nº 1.** No INVÓLUCRO Nº 1 - PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA (VIA NÃO IDENTIFICADA) deverá ser acondicionada a via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária, elaborado em conformidade com o disposto nos itens 5.2 e 5.3 do Edital.

3.1.1.1. Só será aceito pela Comissão Julgadora da Licitação o invólucro padronizado fornecido pela Unidade Contratante, o qual deverá ser solicitado por e-mail encaminhado ao endereço eletrônico **cpsantos@sp.gov.br** e será retirado pelo licitante na



GOVERNO DO ESTADO DE SÃO PAULO
SECRETARIA DE GOVERNO
UNIDADE DE COMUNICAÇÃO

sede da Unidade Contratante, no endereço informado no preâmbulo deste Edital, no horário das 9hrs às 17hrs horas;

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

- a) ter nenhuma identificação;
- b) estar com lacre e com rubrica;
- c) apresentar marca, sinal, etiqueta ou outro elemento que possibilite a identificação do licitante;
- d) estar danificado ou deformado pelas peças, material e ou demais documentos nele acondicionados de modo a possibilitar, sob qualquer forma, a identificação do licitante.

3.1.2. **Invólucro nº 2.** No INVÓLUCRO Nº 2 - PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA (VIA IDENTIFICADA) deverá ser acondicionada a via identificada do Plano de Comunicação Publicitária, nos termos do item 5.4 deste Edital.

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

| |
|--|
| <p>INVÓLUCRO Nº 2 - PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA (VIA IDENTIFICADA)</p> <p>CONCORRÊNCIA nº __/20__.</p> <p>Proposta Técnica: Plano de Comunicação Publicitária (via identificada)</p> <p>Nome empresarial e CNPJ do licitante</p> |
|--|

3.1.2.2. O Invólucro nº 2 deve ser providenciado pelo licitante em embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até a sua abertura.

3.1.3. **Invólucro nº 3.** No INVÓLUCRO Nº 3 - OUTROS COMPONENTES DA PROPOSTA TÉCNICA deverão estar acondicionados a Capacidade de



Atendimento, o Repertório e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, de que tratam os itens 5.5 a 5.10.

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

INVÓLUCRO Nº 3 - OUTROS COMPONENTES DA PROPOSTA TÉCNICA

CONCORRÊNCIA nº __/20__.

Proposta Técnica: Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação.

Nome empresarial e CNPJ do licitante.

3.1.3.2. O Invólucro nº 3 deverá ser providenciado pelo 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;

3.1.3.3. O Invólucro nº 3 e o seu conteúdo não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste da via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária e que possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do Invólucro nº 2.

4. INVÓLUCRO PARA A APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇOS

4.1. A Proposta de Preços deverá ser entregue à Comissão Julgadora de Licitação condicionada no Invólucro nº 4.

4.1.1. **Invólucro nº 4.** O INVÓLUCRO nº 4 - PROPOSTA DE PREÇOS deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

INVÓLUCRO Nº 4 - PROPOSTA DE PREÇOS

CONCORRÊNCIA nº __/20__.

Proposta de Preços

Nome empresarial e CNPJ do licitante.



4.1.2. O Invólucro nº 4 deverá ser providenciado pelo 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;

4.1.3. O Invólucro nº 4 e o seu conteúdo não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste da via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária e que possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do Invólucro nº 2.

5. ELABORAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA

5.1. **Estrutura.** A Proposta Técnica será redigida em língua portuguesa, salvo quanto a expressões técnicas de uso corrente, com clareza, sem emendas ou rasuras, e estruturada de acordo com os quesitos e subquesitos apresentados a seguir:

5.1.1. Plano de Comunicação Publicitária;

5.1.2. Capacidade de Atendimento;

5.1.3. Repertório;

5.1.4. Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação.

5.2. **“Plano de Comunicação Publicitária” - Formatação.** A via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária deverá ser apresentada obedecendo a seguinte formatação:

a) em papel A4, branco, com 75 gr/m² a 90 gr/m², orientação retrato;

b) espaçamento de 2 cm nas margens direita e esquerda, a partir da borda;

c) sem recuos nos parágrafos e linhas subsequentes;

d) textos justificados;

e) espaçamento ‘simples’ entre as linhas;

f) texto e numeração de páginas em fonte ‘Arial’, estilo ‘normal’, cor ‘automático’, tamanho ‘12 pontos’, observado o disposto nos subitens 5.2.1 e 5.2.3;



- g) numeração em todas as páginas, pelo editor de textos, a partir da primeira página interna, em algarismos arábicos, no canto inferior direito da página;
- h) em caderno único e com espiral preto colocado à esquerda;
- i) capa e contracapa em papel A4 branco, com 75 gr/m2 a 90 gr/m2, ambas em branco;
- j) sem identificação do licitante.

5.2.1. Os subquestos “Raciocínio Básico” e “Estratégia de Comunicação Publicitária” poderão conter gráfico e ou tabela, observadas as seguintes regras:

- a) os gráficos ou tabelas poderão ser editados utilizando tons de cinza;
- b) os dados e informações dos quadros e ou tabelas devem ser editados na fonte ‘Arial’, estilo ‘normal’, cor ‘automático’, tamanho ‘10 pontos’;
- c) as páginas em que estiverem inseridos os gráficos e ou tabelas poderão ser apresentadas em papel A3 dobrado. Nesse caso, para fins do limite previsto no item 5.2.7, o papel A3 será computado como duas páginas de papel A4.

5.2.2. As especificações de formatação previstas neste item 5.2 aplicam-se ao item 5.3.3.3.2 deste Edital.

5.2.3. As tabelas, gráficos e planilhas integrantes do subquesto “Estratégia de Mídia e Não Mídia” poderão ter fontes e tamanhos de fonte habitualmente utilizados nesses documentos e ser editados com a utilização de tons de cinza. Neste subquesto, as páginas em que estiverem inseridos os gráficos, tabelas e planilhas poderão ser apresentadas em papel A3 dobrado.

5.2.4. Os exemplos de peças e/ou material integrantes do subquesto “Ideia Criativa” serão apresentados separadamente do caderno de que trata o item 5.2, devendo adequar-se às dimensões do Invólucro nº 1.

5.2.5. O Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada não poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que possibilite a identificação de sua autoria antes da abertura do Invólucro nº 2, sob pena de desclassificação.



5.2.6. Deverão ser utilizadas páginas isoladas com a finalidade de identificar os subquestos “Raciocínio Básico”, “Estratégia de Comunicação Publicitária”, “Ideia Criativa” e “Estratégia de Mídia e Não Mídia” do Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada, as quais devem seguir, no que couber, as especificações de formatação previstas no item 5.2.

5.2.7. Os textos do “Raciocínio Básico”, da “Estratégia de Comunicação Publicitária” e da relação comentada prevista na alínea ‘a’ do item 5.3.3 estão limitados, no conjunto, a 8 (oito) páginas, ressaltando que não serão computadas nesse limite as páginas utilizadas apenas para separar os textos desses subquestos. Os textos da “Estratégia de Mídia e Não Mídia” não terão limitação quanto ao número de páginas.

5.3. **“Plano de Comunicação Publicitária” - Conteúdo.** O Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada, composto dos subquestos “Raciocínio Básico”, “Estratégia de Comunicação Publicitária”, “Ideia Criativa” e “Estratégia de Mídia e Não Mídia”, deverá ser elaborado com base no Anexo I, observadas as seguintes disposições:

5.3.1. **Raciocínio Básico:** apresentação pelo licitante de diagnóstico das necessidades de comunicação publicitária da Unidade Contratante, sua compreensão sobre o objeto da licitação e sobre os desafios de comunicação a serem enfrentados, abrangendo os objetivos gerais e específicos de comunicação expressos no Briefing;

5.3.2. **Estratégia de Comunicação Publicitária:** apresentação pelo licitante das linhas gerais da proposta para suprir o desafio de comunicação a ser enfrentado e alcançar os objetivos gerais e específicos de comunicação expressos no Briefing, compreendendo:

a) explicitação e defesa do partido temático e do conceito que, de acordo com seu raciocínio básico, devem fundamentar a proposta de solução publicitária;

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



5.3.3. **Ideia criativa:** apresentação de campanha publicitária, observadas as seguintes disposições:

- a) apresentar relação de todas as peças e ou material que julgar necessários para a execução da sua proposta de estratégia de comunicação publicitária, como previsto no item 5.3.2, com comentários sobre cada peça e ou material;
- b) da relação prevista na alínea anterior, 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, conforme explicitado na estratégia de comunicação publicitária.

5.3.3.1. Os comentários mencionados na alínea 'a' do item 5.3.3 estão circunscritos à especificação de cada peça e/ou material e à explicitação das funções táticas que se pode esperar de cada peça e ou material.

5.3.3.2 Se a campanha proposta pelo licitante previr número de peças e ou material superior ao que pode ser apresentado 'fisicamente', conforme estabelecido na alínea 'b' do item 5.3.3 e na alínea 'a' do item 5.3.3.3, a relação prevista na alínea 'a' do item 5.3.3 deverá ser elaborada em dois blocos: um para as peças e ou material apresentados como exemplos e outro para o restante.

5.3.3.3 Os exemplos de peças e ou material de que trata a alínea 'b' deste item 5.3.3:

- a) estão limitados a 10 (dez), independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça e ou material;
- b) podem ser apresentados sob a forma de:
 - b1) roteiro, leiaute e ou story-board impressos, para qualquer meio;
 - b2) protótipo ou 'monstro', para rádio;
 - b3) story-board animado ou animatic, para TV e cinema;
- c) só serão aceitos finalizados em caso de não mídia.



5.3.3.3.1. Para fins de cômputo das peças que podem ser apresentadas 'fisicamente', até o limite de que trata a alínea 'a' do item 5.3.3.3, devem ser observadas as seguintes regras:

- a) as reduções e variações de formato serão consideradas como peças;
- b) cada peça apresentada como parte de um kit será computada no referido limite;
- c) anúncio composto de páginas sequenciais será considerado uma peça;
- d) adesivagem de fingers e similares será considerada uma peça;
- e) um banner e outra peça para o qual ele esteja direcionado serão considerados duas peças.

5.3.3.3.2. Cada peça e ou material deverá trazer indicação sucinta (exemplos: cartaz, filme TV, spot rádio, anúncio revista e outros veículos de divulgação) destinada a facilitar seu cotejo, pelos integrantes da Subcomissão Técnica, com a relação comentada prevista na alínea 'a' do item 5.3.3.

5.3.3.3.3. Os story-boards animados ou animatics e os protótipos ou 'monstros' poderão ser apresentados em CD, CD-Rom, DVD-Rom, executáveis em computadores pessoais, ressalvado que não serão avaliados sob os critérios geralmente utilizados para peças finalizadas, mas apenas como referência da ideia a ser produzida.

5.3.3.3.4. As peças gráficas poderão ser impressas em tamanho real ou reduzido, desde que não prejudique sua leitura, com ou sem suporte e ou passe-partout. Peças que não se ajustem às dimensões do Invólucro nº 1 podem ser dobradas.

5.3.4. **Estratégia de Mídia e Não Mídia**, que será constituída por:

- a) apresentação em que o licitante explicitará e justificará a estratégia e as táticas recomendadas, em consonância com a



estratégia de comunicação publicitária por ele sugerida e em função da verba referencial indicada no Briefing, sob a forma de textos, tabelas, gráficos e planilhas;

b) simulação de plano de distribuição em que o licitante identificará todas as peças e ou material destinados a veiculação, exposição ou distribuição, sob a forma de textos, tabelas, gráficos e planilhas.

5.3.4.1. Todas as peças e material que integrarem a relação comentada prevista na alínea 'a' do item 5.3.3 deverão constar da simulação.

5.3.4.2. A simulação deverá conter resumo geral com informações abrangendo, pelo menos, o seguinte:

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

5.3.4.3. Nessa simulação:

- a) os preços das inserções em veículos de divulgação devem ser os de tabela cheia, vigentes na data de publicação do Aviso de Licitação;
- b) deve ser desconsiderado o repasse de parte do desconto de agência concedido pelos veículos de



divulgação, nos termos do art. 11 da Lei federal nº 4.680/1965;

c) devem ser desconsiderados os custos internos e os honorários sobre todos os serviços de fornecedores.

5.3.4.4. Para fins desta licitação, consideram-se como “Não Mídia” os meios que não implicam a compra de espaço e ou tempo em veículos de divulgação para a transmissão de mensagem publicitária.

5.4. **“Plano de Comunicação Publicitária” - Via Identificada.** O Plano de Comunicação Publicitária - Via Identificada, sem os exemplos de peças e ou material da “Ideia Criativa”, deverá corresponder à cópia da via não identificada acrescida da identificação do licitante, sendo datado e assinado na última página e rubricado nas demais por quem, na forma dos atos constitutivos da proponente, detenha poderes de representação.

5.5. **“Capacidade de Atendimento” - Formatação.** O licitante deverá apresentar os documentos e informações que digam respeito à Capacidade de Atendimento em caderno específico, com ou sem o uso de cores, em papel A4, em fonte ‘Arial’, tamanho ‘12 pontos’, em folhas numeradas sequencialmente, a partir da primeira página interna, rubricadas e assinadas na última por quem, na forma dos atos constitutivos da proponente, detenha poderes de representação.

5.5.1. Qualquer página com os documentos e informações previstos no item 5.5 poderá ser editada em papel A3 dobrado.

5.5.2. Os documentos e informações e o caderno específico mencionados no item 5.5 não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada e possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do Invólucro nº 2.

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

5.6. **“Capacidade de Atendimento” - Conteúdo.** A Capacidade de Atendimento será constituída de textos, tabelas, gráficos, diagramas, fotos e outros recursos, por meios dos quais o licitante apresentará:



a) a quantificação e a qualificação, sob a forma de currículo resumido (no mínimo, nome, formação e experiência), dos profissionais que poderão ser colocados à disposição da execução do contrato, discriminando-se as áreas de estudo e planejamento, criação, produção de rádio, TV, cinema, internet, produção gráfica, mídia e atendimento;

b) a discriminação das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que colocará regularmente à disposição do Contratante, sem ônus adicionais, na vigência do contrato.

5.7. **“Repertório” - Formatação.** O licitante deverá apresentar os documentos, informações, peças e material que constituem o Repertório em caderno específico, com ou sem o uso de cores, em papel A4, em fonte ‘Arial’, tamanho ‘12 pontos’, em folhas numeradas sequencialmente, a partir da primeira página interna, rubricadas e assinadas na última por quem, na forma dos atos constitutivos da proponente, detenha poderes de representação.

5.7.1. Qualquer página com os documentos e informações previstos no item 5.7 poderá ser editada em papel A3 dobrado.

5.7.2. Os documentos e informações e o caderno específico mencionados no item precedente não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada e possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do Invólucro nº 2.

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

5.8. **“Repertório” - Conteúdo.** O Repertório será constituído de peças e ou material concebidos e veiculados, expostos ou distribuídos pelo licitante.

5.8.1. O licitante deverá apresentar 10 (dez) peças ou material, independentemente do seu tipo ou característica e da forma de sua veiculação, exposição ou distribuição.

5.8.1.1. As peças e ou material devem ter sido veiculados, expostos ou distribuídos, regularmente.



5.8.1.2. As peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD ou CD.

5.8.1.3. As peças gráficas poderão integrar o caderno específico previsto no item 5.7, em papel A4 ou A3 dobrado, ou ser apresentadas soltas. Em todos os casos, deverá ser preservada a capacidade de leitura das peças e deverão ser indicadas suas dimensões originais.

5.8.1.4. Se o licitante apresentar peças em quantidade inferior à estabelecida no item 5.8.1, sua pontuação máxima, neste quesito, será proporcional ao número de peças apresentadas. A proporcionalidade será obtida mediante a aplicação da regra de três simples em relação à pontuação máxima atribuída ao subquesito 1 do Quesito 3 (5 pontos), conforme tabela constante do item 6.2 deste edital.

5.8.2. Para cada peça e ou material, deverá ser apresentada ficha técnica com a indicação sucinta do problema que se propôs a resolver e a identificação do licitante e de seu cliente, 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.

5.9. **“Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação” - Formatação.** O licitante deverá apresentar os documentos e informações que constituem os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação em caderno específico, com ou sem o uso de cores, em papel A4, em fonte ‘Arial’, tamanho ‘12 pontos’, em folhas numeradas sequencialmente, a partir da primeira página interna, rubricadas e assinadas na última por quem, na forma dos atos constitutivos da proponente, detenha poderes de representação.

5.9.1. Qualquer página com os documentos e informações previstos no item 5.9 poderá ser editada em papel A3 dobrado. Nesse caso, para fins do limite previsto no item 5.10, o papel A3 será computado como duas páginas de papel A4.

5.9.2. Os documentos e informações e o caderno específico mencionados no item precedente não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de



Comunicação Publicitária - Via Não Identificada e possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do Invólucro nº 2.

5.10. "Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação" - Conteúdo. O licitante deverá apresentar 2 (dois) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, cada um com o máximo de 2 (duas) páginas, em que serão descritas soluções bem-sucedidas de problemas de comunicação planejadas e propostas por ela e implementadas por seus clientes.

5.10.1. Se o licitante apresentar apenas 1 (um) relato, sua pontuação máxima, neste quesito, será equivalente à metade da pontuação máxima atribuída ao subquesito 2 do Quesito 3 (10 pontos), conforme tabela constante do item 6.2. deste edital.

5.10.2. Os relatos deverão estar formalmente referendados pelos respectivos clientes. A formalização do referendo deverá ser feita no próprio relato elaborado pelo licitante, na última página, devendo constar a indicação do nome empresarial do cliente, o nome e o cargo ou função do signatário. Todas as páginas do relato devem estar assinadas pelo autor do referendo.

5.10.3. É permitida a inclusão de até 5 (cinco) peças e ou material, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça, para cada Relato. As peças abaixo referidas, se incluídas, deverão observar o seguinte:

- a) as eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD, CD ou *pen drive*;
- b) as gráficas poderão integrar o caderno específico previsto no item 5.9, em papel A4 ou A3 dobrado, ou ser apresentadas soltas. Em todos os casos, deverão ser indicadas suas dimensões originais;
- c) para cada peça e ou material deverá ser apresentada ficha técnica com a indicação sucinta do problema que se propuseram a resolver.

6. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

6.1. **Análise.** As Propostas Técnicas apresentadas pelos licitantes serão analisadas pela Subcomissão Técnica de que trata o item 12.4, a qual



verificará o atendimento das condições previstas neste Edital e em seus anexos.

6.2. **Critérios de julgamento técnico.** Serão levados em conta, como critérios de julgamento técnico, os seguintes atributos para cada quesito ou subquesito:

| QUESITO 1 - PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA máximo de 72 pontos | | |
|--|---|--|
| SUBQUESITOS | PONTUAÇÃO | CRITÉRIOS |
| 1 - Raciocínio Básico | Nota de 0 a 12, sendo: 0 - não atende; 1 a 3 - atende pouco; 4 a 6 - atende medianamente; 7 a 9 - atende bem; 10 a 12 - atende com excelência. | a) Acuidade, abrangência, pertinência, profundidade e relevância das análises realizadas; b) Compreensão das informações contidas no Anexo I; c) Clareza e objetividade. |
| 2 - Estratégia De Comunicação Publicitária | Nota de 0 a 20, sendo: 0 - não atende; 1 a 3 - atende muito pouco; 4 a 6 - atende pouco; 7 a 9 - atende medianamente; 10 a 13 - atende relativamente bem; 14 a 17 - atende bem; 18 a 20 - atende com excelência. | a) Entendimento sobre o objetivo de comunicação exposto no Anexo I; b) Amplitude e adequação dos desdobramentos positivos do conceito proposto na solução apresentada; c) Exequibilidade e conhecimento técnico comunicacional demonstrados na estratégia de comunicação apresentada no desafio; d) Capacidade de articulação, abrangência, pertinência, profundidade e relevância dos argumentos demonstrados sobre o cliente, seu público alvo e a solução escolhida. |



GOVERNO DO ESTADO DE SÃO PAULO
SECRETARIA DE GOVERNO
UNIDADE DE COMUNICAÇÃO

| | | |
|-------------------------------------|--|---|
| 3 - Ideia Criativa | Nota de 0 a 25, sendo: 0 - não atende; 1 a 6 - atende muito pouco; 7 a 10 - atende pouco; 11 a 14 - atende medianamente; 15 a 18 - atende relativamente bem; 19 a 21 - atende bem; 22 a 25 - atende com excelência. | a) Adequação da ideia criativa ofertada ao cliente; b) Entendimento sobre o público alvo, linguagem, objetivos, projetos, ações e programas do Governo; c) Originalidade, criatividade, simplicidade, adequação, pertinência e entendimento entre a proposta elaborada e o cliente; d) pertinência entre as atividades da Unidade Contratante e sua inserção nos contextos social, administrativo e econômico; e) Exequibilidade e economicidade das peças e do material; f) Clareza e objetividade das soluções apresentadas. |
| 4 - Estratégia de Mídia E Não Mídia | Nota de 0 a 15, sendo: 0 - não atende; 1 a 3 - atende muito pouco; 4 a 6 - atende pouco; 7 a 9 - atende medianamente; 10 a 13 - atende bem; 14 a 15 - atende com excelência. | a) Conhecimento técnico demonstrado, notadamente dos hábitos de consumo, e clareza quanto a este tópico; b) Entendimento quanto ao público-alvo, consistência da solução apontada, pertinência e aproveitamento das oportunidades, de forma eficaz e eficiente; c) Demonstração efetiva de economicidade da solução do desafio, na aplicação da verba, conjugada com adequação e otimização de seu aproveitamento. |



GOVERNO DO ESTADO DE SÃO PAULO
SECRETARIA DE GOVERNO
UNIDADE DE COMUNICAÇÃO

| QUESITO 2 - EXPERIÊNCIA DA EMPRESA máximo de 20 pontos | | |
|---|--|--|
| SUBQUESITOS | PONTUAÇÃO | CRITÉRIOS |
| 1 - Repertório | Nota de 0 a 10, sendo: 0 - não atende; 1 a 3 - atende pouco; 4 a 6 - atende medianamente; 7 a 8 - atende bem; 9 a 10 - atende com excelência. | a) Consistência das relações de causa e efeito entre o desafio ou problema a ser resolvido e a solução proposta; b) Evidência de planejamento da solução, bem como qualidade na execução das soluções; c) Relevância dos resultados obtidos, com criatividade e clareza. |
| 2 - Relato de Solução de Problemas de Comunicação | Nota de 0 a 10, sendo: 0 - não atende; 1 a 3 - atende pouco; 4 a 6 - atende medianamente; 7 a 8 - atende bem; 9 a 10 - atende com excelência. | a) Capacidade de síntese; b) Clareza e objetividade; c) Concatenação lógica entre desafio e solução criativa; d) Eficácia de soluções e resultados apontados. |
| QUESITO 3 - CAPACIDADE DE ATENDIMENTO máximo de 08 pontos | | |
| SUBQUESITOS | PONTUAÇÃO | CRITÉRIOS |
| 1- Qualificação técnica da Equipe de Profissionais | Nota de 0 a 5 | Cálculo aritmético com base nas regras dos itens 6.8 e 6.9 abaixo. |



GOVERNO DO ESTADO DE SÃO PAULO
SECRETARIA DE GOVERNO
UNIDADE DE COMUNICAÇÃO

| | | |
|---|---|--|
| 2-Discriminação das informações de marketing, auditoria de circulação, controle de mídia e outras ferramentas | Nota de 0 a 3, sendo: 0 - não atende; 1 a 2 - atende; 3 - atende com excelência. | 0 - não comprovar; 1 a 2 - comprovar utilizar pelo menos 2 das ferramentas, sendo 1 de auditoria de circulação e 1 de controle de mídia; 3 - comprovar utilizar mais de 2 ferramentas. |
|---|---|--|

6.2.1. Os critérios acima descritos serão entendidos conforme conceituação que segue abaixo explicitada:

- a) Consistência: qualidade de apresentar coerência entre as partes e o todo;
- b) Pertinência: aquilo que concerne ao assunto desta licitação, como delineado no Briefing;
- c) Adequação: atendimento o mais perfeito possível, de forma organizada, às necessidades e objetivos do órgão licitante.
- d) Relevância: o que tem importância ou relevo num contexto determinado;
- e) Acuidade: qualidade de percepção de modo eficaz, sutileza e eficiência;
- f) Síntese: capacidade de resumir determinado texto ou assunto, conservando a objetividade e clareza do mesmo, bem como a precisão de seu objeto.

6.2.2. A pontuação técnica de cada proposta corresponderá à soma dos pontos atribuídos aos quesitos.

6.3. A avaliação da experiência e capacidade em relação aos recursos humanos será feita considerando-se as exigências e a tabela de pontuação.

6.4. Para execução dos serviços, a licitante deverá possuir profissionais qualificados em número suficiente ao desenvolvimento das atividades, tendo em vista suas especificações qualitativas e quantitativas.

6.5. A qualificação técnica da equipe de profissionais da licitante será avaliada com base na formação acadêmica e experiência desses



GOVERNO DO ESTADO DE SÃO PAULO
SECRETARIA DE GOVERNO
UNIDADE DE COMUNICAÇÃO

profissionais exclusivamente na área de comunicação publicitária, sendo que a comprovação deverá ser feita pelo licitante, por meio do *curriculum vitae* resumido de cada profissional, devidamente acompanhado dos documentos comprobatórios das qualificações (formação acadêmica e experiência profissional) neles consignadas, por meio de certificados, declarações de tomadores de serviço, carteira de trabalho, contratos de prestação de serviço ou qualquer outro documento hábil, os quais devem ser apresentados no original ou por meio de cópia autenticada.

- 6.6. Esta qualificação técnica da equipe de profissionais do licitante (exigida no quesito 2 supra) será avaliada e receberá pontos de, no máximo 5 (cinco) segundo as tabelas abaixo:

| Formação Acadêmica | Sem Formação na área | Superior Incompleto | Superior Completo | Pós-graduação |
|--------------------|----------------------|---------------------|-------------------|---------------|
| Pontos | 0 | 1 | 2 | 3 |

| Experiência Profissional | < 4 anos | 4 a 8 anos | +8 a 12 anos | > 12 anos |
|--------------------------|----------|------------|--------------|-----------|
| Pontos | 0 | 1 | 2 | 3 |

- 6.7. O valor final de pontos obtidos será dividido pelo número total de profissionais apresentados.
- 6.8. Fica estabelecido que a licitante que apresentar a equipe mais qualificada tecnicamente, com a maior soma de pontos, receberá pontuação máxima atribuída ao item correspondendo a 05 pontos.
- 6.9. As demais licitantes receberão pontuação proporcional à máxima.
- 6.10. 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 comunicação formal.
- 6.11. **Pontuação.** A pontuação de cada quesito corresponderá à média aritmética dos pontos atribuídos individualmente pelos membros da Subcomissão Técnica.



6.11.1. 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.

6.11.2. 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 subquesito reavaliado, a qual será assinada por todos os membros da Subcomissão Técnica e será juntada aos autos do processo.

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

6.11.4. Serão considerados mais bem classificados, na fase de julgamento das Propostas Técnicas, os licitantes classificados que obtiverem as quatro maiores pontuações.

6.12. **Desclassificação.** Será desclassificada a Proposta Técnica que:

- a) não atender às exigências do presente Edital e de seus anexos;
- b) não alcançar, no total, a nota mínima de 50 (cinquenta) pontos;
- c) obtiver pontuação zero em quaisquer dos quesitos ou subquesitos a que se referem os subitens 5.3.1 a 5.3.4.

6.13. **Critérios de desempate.** Havendo empate entre duas ou mais Propostas Técnicas, serão consideradas como mais bem classificados os licitantes que tiverem obtido as maiores pontuações, sucessivamente, nos quesitos correspondentes aos subitens 5.3.1, 5.3.2, 5.3.3 e 5.3.4 deste Edital. Persistindo o empate, a decisão será feita por sorteio a ser realizado na própria sessão pública prevista no item 12.7 ou em ato público marcado pela Comissão Julgadora da Licitação, cuja data será divulgada na forma do item 13.3 deste Edital e para o qual serão convidados todos os licitantes.



7. ELABORAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇOS

7.1. **Conteúdo.** O INVÓLUCRO nº 4 - PROPOSTA DE PREÇOS deverá conter os seguintes documentos, todos assinados pelo representante legal do licitante ou por seu procurador, juntando-se cópia do respectivo instrumento de procuração:

7.1.1. Declaração, em conformidade com o modelo do **Anexo II.2**, afirmando que a proposta foi elaborada de maneira independente e que o licitante conduz seus negócios de forma a coibir fraudes, corrupção e a prática de quaisquer outros atos lesivos à Administração Pública, nacional ou estrangeira, em atendimento à Lei Federal nº 12.846/2013 e ao Decreto Estadual nº 60.106/2014.

7.1.2. Proposta de Preços elaborada de acordo com o modelo do **Anexo II.1**, apresentada nos seguintes termos:

- a) em caderno único, em papel que a identifique, com suas páginas numeradas sequencialmente e redigida em língua portuguesa, salvo quanto a expressões técnicas de uso corrente, sem emendas ou rasuras;
- b) datada, assinada na última página e rubricada nas demais, por quem, na forma dos atos constitutivos da proponente, detenha poderes de representação;
- c) quantificada de modo que os percentuais a que se referem as alíneas "a" e "b" do item 2 do **Anexo II.1** não sejam superiores a 40% (quarenta por cento).

7.2. **Validade da Proposta de Preços.** Na ausência de indicação expressa em sentido contrário no **Anexo II.1**, o prazo de validade da proposta de preços será de 60 (sessenta) dias contados a partir do último dia previsto para o recebimento dos envelopes;

7.2.1. Antes de expirar a validade original da proposta, a Comissão Julgadora da Licitação poderá solicitar à proponente que declare a sua intenção de prorrogar o prazo previsto no item anterior. As respostas se farão por escrito, preferencialmente por meio eletrônico.



7.2.2. Não será admitida a modificação da proposta pelo licitante que aceitar prorrogar a sua validade.

7.3. As Propostas de Preços não poderão impor condições e deverão limitar-se ao objeto desta licitação, sendo desconsideradas quaisquer alternativas de preço ou quaisquer outras condições não previstas no Edital e nos seus anexos.

8. VALORAÇÃO DAS PROPOSTAS DE PREÇOS

8.1. **Análise.** As Propostas de Preços dos licitantes classificados no julgamento das Propostas Técnicas serão analisadas pela Comissão Julgadora da Licitação quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Edital e em seus anexos.

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

8.3. **Valoração.** Os quesitos a serem valorados são os integrantes do item 1 da Proposta de Preços do licitante, elaborada de acordo com o modelo do **Anexo II.1**, ressalvado que, nos termos do art. 46, § 1º, da Lei federal nº 8.666/1993, não será aceito:

a) desconto inferior a 90% (noventa por cento) em relação aos preços previstos na tabela do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de São Paulo, a título de ressarcimento dos custos internos dos serviços executados pelo licitante, referentes a peças e ou material cuja distribuição não lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei federal nº 4.680/1965, com exceção do serviço de criação, para o qual o desconto será de 100% (cem por cento);

b) percentual de honorários superior a 03% (três por cento), incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes à execução do contrato;

c) percentual de honorários superior a 03% (três por cento), incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por



GOVERNO DO ESTADO DE SÃO PAULO
SECRETARIA DE GOVERNO
UNIDADE DE COMUNICAÇÃO

fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material cuja distribuição não proporcione à licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei federal nº 4.680/1965;

d) percentual de honorários superior a 03% (três por cento), incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias.

8.4. Pontuação. A pontuação da Proposta de Preços será apurada conforme a metodologia a seguir:

8.4.1. A Comissão Julgadora da Licitação calculará os pontos de cada quesito a ser valorado, conforme a seguinte tabela:

| HONORÁRIOS / DESCONTO | PONTOS (P) |
|--|---|
| Percentual de desconto sobre os custos dos serviços previstos na alínea "a" do item 8.3. | $P1 = 1,0 \times \text{desconto}$ |
| Percentual de honorários incidentes sobre os preços dos serviços previstos na alínea "b" do item 8.3. | $P2 = 2,0 \times (3,0 - \text{Honorário proposto})$ |
| Percentual de honorários incidente sobre os preços dos serviços previstos na alínea "c" do item 8.3. | $P3 = 2,0 \times (3,0 - \text{Honorário proposto})$ |
| Percentual de honorários incidente sobre os preços dos serviços previstos na alínea "d" do item 8.3. | $P4 = 5,0 \times (3,0 - \text{Honorário proposto})$ |
| Para efeito de cálculo dos pontos de cada licitante, os termos 'desconto' e 'honorário' serão substituídos nas fórmulas da coluna pontos pelas respectivas percentagens constantes de sua Planilha de Preços Sujeitos a Valoração, sem o símbolo '%' | |

8.4.2. A pontuação de cada Proposta de Preços corresponderá à soma algébrica dos pontos obtidos nos quesitos constantes da tabela referida no item 8.4.1, como segue:



$$P = P1 + P2 + P3 + P4.$$

8.4.3. A Proposta de Preços que obtiver a maior pontuação será considerada como a de menor preço.

8.4.4. Se houver divergência entre o preço expresso em algarismos e o expresso por extenso, a Comissão Julgadora da Licitação considerará o preço por extenso.

8.5. **Crítérios de desempate.** Se houver empate, será considerada como de menor preço a Proposta que apresentar, sucessivamente:

- a) o menor percentual de honorários referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material cuja distribuição não proporcione à licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores;
- b) o menor percentual de honorários incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes à execução do contrato;
- c) o menor percentual de honorários incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias;
- d) o maior percentual de desconto sobre os custos internos dos serviços executados pelo licitante.

9. JULGAMENTO FINAL DAS PROPOSTAS TÉCNICAS E DE PREÇOS

9.1. Serão considerados vencedores da etapa de julgamento final das propostas os 04 (quatro) licitantes melhor classificados no julgamento da Proposta Técnica e que, concomitantemente, tenham apresentado Proposta de Preços de valor menor, de acordo com o item 8.4.3 deste Edital.



9.2. Se algum dos licitantes mais bem classificados na Proposta Técnica não houver apresentado a Proposta de Preço de valor menor e não concordar em praticá-lo, a Comissão Julgadora de Licitação efetuará com as demais licitantes a negociação prevista no artigo 46, § 1º, II, da Lei Federal nº 8.666/1993 para obter o menor preço, obedecida a ordem de classificação das Propostas Técnicas, até a obtenção do número de agências de propaganda a serem contratadas neste certame licitatório.

9.3. Ao licitante que não concordar em executar o objeto pelo valor da menor Proposta de Preços classificada não será adjudicado o objeto do certame licitatório, não lhe cabendo nenhum tipo de indenização por parte da Unidade Contratante.

10. ENTREGA E FORMA DE APRESENTAÇÃO DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

10.1. **Entrega.** Os documentos de habilitação deverão ser entregues à Comissão Julgadora da Licitação pelos licitantes classificados no julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços, no dia, hora e local previstos na convocação da sessão pública a ser realizada para esse fim.

10.1.1. O licitante classificado que não apresentar os documentos de habilitação na sessão pública será excluído do certame, exceto na hipótese prevista no item 11.5 deste Edital.

10.1.2. Os documentos de habilitação deverão estar acondicionados no INVÓLUCRO Nº 5 - DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO, que deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

INVÓLUCRO Nº 5 - DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

CONCORRÊNCIA nº __/20__.

Documentos de habilitação

Nome empresarial e CNPJ do licitante.

10.1.3. O Invólucro nº 5 será providenciado pelo 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.



10.1.4. Os licitantes deverão apresentar fora do Invólucro nº 5 a declaração de pleno cumprimento dos requisitos de habilitação, elaborada em conformidade com o modelo constante do **Anexo III.1.**

10.2. **Conteúdo.** O INVÓLUCRO Nº 5 - DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO deverá conter os seguintes documentos:

10.2.1. Habilitação jurídica

- a) Registro empresarial na Junta Comercial, no caso de empresário individual ou Empresa Individual de Responsabilidade Limitada - EIRELI;
- b) Ato constitutivo, estatuto ou contrato social atualizado e registrado na Junta Comercial, em se tratando de sociedade empresária ou cooperativa, devendo o estatuto, no caso das cooperativas, estar adequado à Lei Federal nº 12.690/2012;
- c) Documentos de eleição ou designação dos atuais administradores, tratando-se de sociedades empresárias ou cooperativas;
- d) Ato constitutivo atualizado e registrado no Registro Civil de Pessoas Jurídicas, tratando-se de sociedade não empresária, acompanhado de prova da diretoria em exercício;
- e) Decreto de autorização, tratando-se de sociedade empresária estrangeira em funcionamento no País, e ato de registro ou autorização para funcionamento expedido pelo órgão competente, quando a atividade assim o exigir;
- f) Registro perante a entidade estadual da Organização das Cooperativas Brasileiras, em se tratando de sociedade cooperativa.

10.2.2. Regularidade fiscal e trabalhista

- a) Prova de inscrição no Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas, do Ministério da Fazenda (CNPJ);
- b) Prova de inscrição no Cadastro de Contribuintes Municipal, relativo à sede ou domicílio do licitante, pertinente ao seu ramo de atividade e compatível com o objeto do certame;
- c) Certificado de regularidade do Fundo de Garantia por Tempo de Serviço (CRF - FGTS);
- d) Certidão negativa, ou positiva com efeitos de negativa, de débitos trabalhistas (CNDT);



- e) Certidão negativa, ou positiva com efeitos de negativa, de débitos relativos a Créditos Tributários Federais e à Dívida Ativa da União;
- f) Certidão emitida pela Fazenda Municipal da sede ou domicílio do licitante que comprove a regularidade de débitos tributários relativos ao Imposto sobre Serviços de Qualquer Natureza - ISSQN.

10.2.3. Qualificação econômico-financeira

a) Certidão negativa de falência, recuperação judicial ou extrajudicial, expedida pelo distribuidor da sede da pessoa jurídica ou do domicílio do empresário individual;

a.1) Se o licitante for cooperativa ou sociedade não empresária, a certidão mencionada na alínea "a" deverá ser substituída por certidão cujo conteúdo demonstre a ausência de insolvência civil, expedida pelo distribuidor competente;

a.2) Caso o licitante esteja em recuperação judicial ou extrajudicial, deverá ser comprovado o acolhimento do plano de recuperação judicial ou a homologação do plano de recuperação extrajudicial, conforme o caso;

a.3) Se o licitante não for sediado no Estado de São Paulo, as certidões deverão vir acompanhadas de declaração oficial da autoridade judiciária competente, relacionando os distribuidores que, na Comarca de sua sede, tenham atribuição para expedir certidões negativas de falências, de recuperação judicial ou de execução patrimonial.

b) Balanço patrimonial e demonstrações contábeis do último exercício social, já exigíveis e apresentados na forma da lei, que comprovem a boa situação financeira da empresa, vedada a sua substituição por balancetes ou balanços provisórios, podendo ser atualizados por índices oficiais quando encerrados há mais de 3 (três) meses da data da apresentação da proposta:

b.1) o balanço patrimonial deverá estar assinado por contador ou por outro profissional equivalente, devidamente registrado no Conselho Regional de Contabilidade;



- b.2) no caso de empresa constituída no exercício social vigente, admite-se a apresentação de balanço patrimonial e demonstrações contábeis referentes ao período de existência da sociedade;
- b.3) as sociedades por ações deverão apresentar as demonstrações contábeis publicadas de acordo com a legislação pertinente.

c) A comprovação da boa situação financeira da empresa a que se refere a alínea "b" será avaliada de forma objetiva pelos Índices de Liquidez Geral (LG), Solvência Geral (SG) e Liquidez Corrente (LC), maiores que 1 (um), resultantes da aplicação das fórmulas abaixo ao balanço patrimonial:

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

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

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

10.2.4. Qualificação técnica

a) certificado de qualificação técnica de funcionamento de que trata a Lei federal nº 12.232/2010, art. 4º e seu § 1º, obtido perante o Conselho Executivo das Normas-Padrão (CENP) ou perante entidade equivalente, legalmente reconhecida como fiscalizadora e certificadora das condições técnicas de agências.

10.2.5. Declarações e outras comprovações

10.2.5.1. Declaração subscrita por representante legal do licitante, em conformidade com o modelo constante do Anexo III.2, atestando que:



- a) se encontra em situação regular perante o Ministério do Trabalho no que se refere a observância do disposto no inciso XXXIII do artigo 7.º da Constituição Federal, na forma do Decreto Estadual nº. 42.911/1998;
- b) não se enquadram em nenhuma das vedações de participação na licitação do item 2.2 deste Edital; e
- c) cumpre as normas relativas à saúde e segurança do trabalho, nos termos do artigo 117, parágrafo único, da Constituição Estadual.

10.3. Disposições gerais sobre os documentos de habilitação

10.3.1. Forma de apresentação. Os documentos necessários à habilitação deverão ser acondicionados em caderno único, ter todas as suas páginas legíveis, numeradas e rubricadas por representante legal do licitante e poderão ser apresentados em original, em cópia autenticada ou em cópia simples que, à vista do original, será autenticada por membro da Comissão Julgadora da Licitação na própria sessão pública.

10.3.2. CAUFESP. Os interessados cadastrados no Cadastro Unificado de Fornecedores do Estado de São Paulo - CAUFESP poderão informar o respectivo cadastramento e apresentar no INVÓLUCRO Nº 5 - DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO apenas os documentos relacionados nos itens 10.2.1 a 10.2.5 que não tenham sido apresentados para o cadastramento ou que, se apresentados, já estejam com os respectivos prazos de validade vencidos na data de apresentação das propostas. A Comissão Julgadora da Licitação diligenciará junto ao CAUFESP para aferir o cumprimento dos requisitos de habilitação constantes do respectivo cadastro.

10.3.3. Validade das certidões. Na hipótese de não constar prazo de validade nas certidões apresentadas, a Comissão Julgadora da Licitação aceitará como válidas as expedidas até 180 (cento e oitenta) dias imediatamente anteriores à data da sessão pública para entrega dos envelopes e declarações complementares.

10.3.4. Matriz e filiais. Caso o objeto contratual venha a ser cumprido por filial do licitante, os documentos exigidos no item 10.2.2 deverão ser apresentados tanto pela matriz quanto pelo estabelecimento que executará o objeto do contrato.



10.3.5. **Isenções e imunidades.** O licitante que se considerar isento ou imune de tributos relacionados ao objeto da licitação, cuja regularidade fiscal seja exigida no presente Edital, deverá comprovar tal condição mediante a apresentação de declaração emitida pela correspondente Fazenda do domicílio ou sede, ou outra equivalente, na forma da lei.

11. ANÁLISE DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

11.1. **Abertura dos invólucros.** A Comissão Julgadora da Licitação abrirá o INVÓLUCRO Nº 5 - DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO de todos os licitantes que o apresentarem e julgará habilitadas as que satisfizerem integralmente aos requisitos de habilitação exigidos neste Edital.

11.2. **Verificação das condições de participação.** Como condição prévia ao exame dos documentos contidos no INVÓLUCRO Nº 5 - DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO, a Comissão Julgadora da Licitação verificará o eventual descumprimento pelo licitante das condições de participação previstas no item 2.2 deste Edital.

11.2.1. Serão consultados os seguintes cadastros:

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

11.2.1.2. Cadastro Nacional de Empresas Inidôneas e Suspensas - CEIS (<http://www.portaltransparencia.gov.br/ceis>);

11.2.1.3. Cadastro Nacional de Condenações Cíveis por Atos de Improbidade Administrativa e Inelegibilidade - CNIA, do Conselho Nacional de Justiça (http://www.cnj.jus.br/improbidade_adm/consultar_requerido.php)

11.2.2. A consulta ao cadastro de que trata o item 11.2.1.3 será realizada em nome da pessoa jurídica licitante e também de seu sócio majoritário, por força do artigo 12 da Lei nº 8.429/1992, 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.



11.2.3. Constatada a ausência de condições de participação, a Comissão Julgadora da Licitação reputará o licitante inabilitado.

11.3. **Análise.** A análise da habilitação será feita a partir do exame dos documentos apresentados pelo licitante no INVÓLUCRO Nº 5 - DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO em face das exigências previstas no item 10 deste Edital.

11.3.1. A Comissão Julgadora da Licitação poderá suspender a sessão pública para analisar os documentos apresentados, marcando, na mesma oportunidade, nova data e horário em que retomará os trabalhos, informando aos licitantes. Nessa hipótese, os documentos de habilitação já rubricados e os INVÓLUCROS Nº 5 - DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO ainda não abertos permanecerão em poder da Comissão até que seja concluída a análise da habilitação.

11.3.2. Será admitido o saneamento de erros ou falhas relativas aos documentos de habilitação mediante despacho fundamentado da Comissão Julgadora da Licitação, registrado em ata e acessível a todos.

11.3.2.1. As falhas passíveis de saneamento são aquelas relativas a situação fática ou jurídica preexistente na data da abertura da sessão pública de entrega dos envelopes e declarações complementares, indicada no preâmbulo do Edital.

11.3.2.2. O desatendimento de exigências formais não essenciais não importará no afastamento do licitante, desde que seja possível o aproveitamento do ato, observados os princípios da isonomia e do interesse público.

11.4. **Regularidade fiscal e trabalhista de ME/EPP/COOPERATIVAS.** Não será exigida a comprovação de regularidade fiscal e trabalhista para a habilitação de microempresas, empresas de pequeno porte ou cooperativas que preencham as condições estabelecidas no artigo 34 da Lei Federal n.º 11.488/2007. Entretanto, será obrigatória a apresentação dos documentos indicados no item 10.2.2. deste Edital no INVÓLUCRO N.º 5 - DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO, ainda que apresentem alguma restrição.

11.4.1. Será assegurado o prazo de cinco dias úteis contados a partir do momento em que o licitante for declarado vencedor do certame para regularização da regularidade fiscal e



trabalhista. Este prazo, a critério da Comissão Julgadora da Licitação, poderá ser prorrogado por igual período.

11.4.2. A não regularização da regularidade fiscal e trabalhista no prazo indicado no item 11.4.1 desde Edital implicará na decadência do direito à contratação, sem prejuízo da aplicação das sanções cabíveis, sendo facultado à Comissão de Licitação convocar os licitantes remanescentes, na ordem de classificação, para a assinatura do contrato nas mesmas condições constantes da proposta daquele que deixou de regularizar a regularidade fiscal e trabalhista, ou revogar a licitação.

11.5. **Licitação fracassada.** Na hipótese de inabilitação de todos os licitantes, a Comissão Julgadora da Licitação poderá fixar aos licitantes o prazo de oito dias úteis para a apresentação de nova documentação, marcando-se nova data para a sessão pública mediante publicação na imprensa oficial.

12. PROCEDIMENTOS NAS SESSÕES PÚBLICAS

12.1. **Credenciamento.** Após instalar cada sessão pública, a Comissão Julgadora da Licitação procederá ao credenciamento dos representantes dos licitantes.

12.1.1. O licitante poderá apresentar-se à sessão pública por intermédio de seu representante legal ou de pessoa devidamente credenciada, mediante procuração com poderes específicos para intervir em qualquer fase do procedimento licitatório, inclusive para interpor recursos ou desistir de sua interposição.

12.1.2. Os representantes deverão identificar-se exibindo documento oficial de identificação, acompanhado do contrato social ou estatuto em vigor, do ato de designação dos dirigentes e do instrumento de procuração, quando for o caso, e outros documentos eventualmente necessários para a verificação dos poderes do outorgante e do mandatário.

12.1.3. É vedada a representação de mais de um licitante por uma mesma pessoa.



12.1.4. Os representantes dos licitantes presentes poderão nomear comissão constituída de alguns entre eles para, em seu nome, tomar conhecimento e rubricar as propostas e os documentos de habilitação nas sessões públicas.

12.1.5. A critério da Comissão Julgadora da Licitação, fica dispensado o credenciamento dos representantes dos licitantes quando as sessões públicas forem realizadas no mesmo dia.

12.2. **Participação na sessão pública.** A sessão será pública e poderá ser assistida por qualquer pessoa, mas somente será admitida a manifestação dos representantes devidamente credenciados pela Comissão Julgadora da Licitação, na forma dos itens 12.1.1 a 12.1.4 deste Edital, não sendo permitidas atitudes desrespeitosas, que causem tumultos ou perturbem o bom andamento dos trabalhos.

12.3. **Comissão Julgadora da Licitação.** Com exceção da análise e julgamento das Propostas Técnicas, esta licitação será processada e julgada pela Comissão Julgadora da Licitação.

12.3.1. É facultada à Comissão Julgadora da Licitação, em qualquer fase deste certame, a promoção de diligência destinada a esclarecer ou complementar a instrução do processo licitatório, vedada a inclusão posterior de documento que deveria constar originalmente dos invólucros destinados à apresentação da Proposta Técnica e da Proposta de Preços.

12.3.2. A Comissão Julgadora da Licitação deverá adotar os cuidados necessários para preservar o sigilo quanto à autoria da via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária até a abertura do INVÓLUCRO Nº 2 - PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA (VIA IDENTIFICADA).

12.3.3. A Comissão Julgadora da Licitação, por solicitação expressa da Subcomissão Técnica, poderá proceder à vistoria das instalações e da aparelhagem que os licitantes classificados no julgamento das Propostas Técnicas disponibilizarão para a realização dos serviços objeto desta licitação.

12.4. **Subcomissão Técnica.** As Propostas Técnicas serão analisadas e julgadas por Subcomissão Técnica, composta por 3 (três) membros que sejam



formados em comunicação, publicidade ou marketing ou que atuem em uma dessas áreas.

12.4.1. A escolha dos membros da Subcomissão Técnica dar-se-á por sorteio, em sessão pública, entre os nomes de uma relação que terá, no mínimo, 9 (nove) integrantes, previamente cadastrados nos autos do processo administrativo que cuida desta licitação.

12.4.2. A relação dos nomes referidos no item 12.4.1 deste Edital será publicada pela Comissão Julgadora da Licitação no Diário Oficial do Estado, em prazo não inferior a 10 (dez) dias da data em que será realizada a sessão pública marcada para o sorteio.

12.4.3. O sorteio será processado pela Comissão Julgadora da Licitação de modo a garantir o preenchimento das vagas da Subcomissão Técnica, obedecido o disposto na parte final do § 2º do artigo 10 da Lei Federal nº 12.232/2010, ou seja, pelo menos 1/3 (um terço) dos integrantes da Subcomissão Técnica não poderá manter nenhum vínculo funcional ou contratual direto ou indireto com o Estado de São Paulo ou entidades que integrem a sua administração indireta.

12.4.4. A relação prevista no item 12.4.1 deste Edital conterá, separadamente, os nomes dos que mantenham e os dos que não mantenham vínculo com o Estado de São Paulo ou entidades que integrem a sua administração indireta.

12.4.5. Até 48 (quarenta e oito) horas antes da sessão pública destinada ao sorteio, qualquer interessado poderá impugnar pessoa integrante da relação a que se refere o item 12.4.1, mediante apresentação à Comissão Julgadora da Licitação de justificativa para a exclusão.

12.4.6. Admitida a impugnação, o impugnado terá o direito de abster-se de atuar na Subcomissão Técnica, declarando-se impedido ou suspeito, antes da decisão da autoridade competente.

12.4.7. A abstenção do impugnado ou o acolhimento da impugnação, mediante decisão fundamentada da autoridade competente, implicará, se necessário, a elaboração e a publicação de nova lista que não contenha o nome impugnado.



12.4.7.1. Será necessário publicar nova relação se o número de membros mantidos depois da impugnação restar inferior ao mínimo exigido no item 12.4.1.

12.4.7.2. Só será admitida nova impugnação a nome que vier a completar a relação anteriormente publicada.

12.4.8. A sessão pública para o sorteio será realizada após a decisão motivada da impugnação, em data previamente designada, garantidos o cumprimento do prazo mínimo previsto no item 12.4.2 e a possibilidade de fiscalização do sorteio por qualquer interessado.

12.5. **Sessões públicas.** Serão realizadas 4 (quatro) sessões públicas, observados os procedimentos previstos neste Edital, das quais serão lavradas atas circunstanciadas dos atos e fatos dignos de registro, assinadas pelos membros da Comissão Julgadora da Licitação e pelos representantes dos licitantes presentes.

12.5.1. A Comissão Julgadora da Licitação e a Subcomissão Técnica, conforme o caso, poderão relevar aspectos puramente formais nas propostas e nos documentos de habilitação apresentados pelos licitantes, desde que não comprometam a lisura e o caráter competitivo deste certame.

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

12.5.3. O julgamento das Propostas Técnicas, das Propostas de Preços e o julgamento final deste certame serão efetuados exclusivamente com base nos critérios especificados neste Edital.

12.5.4. Antes do aviso oficial do resultado desta licitação não serão fornecidas, a quem quer que seja, quaisquer informações referentes à adjudicação do objeto ou à análise, avaliação ou comparação entre as propostas.

12.5.5. Qualquer tentativa de licitante influenciar a Comissão Julgadora da Licitação ou a Subcomissão Técnica no processo de julgamento das Propostas resultará na sua desclassificação.

12.5.6. A Comissão Julgadora da Licitação poderá alterar as datas ou as pautas das sessões, ou mesmo suspendê-las, em função do



desenvolvimento dos trabalhos, obedecidas as normas legais aplicáveis.

12.5.7. Se os invólucros dos licitantes desclassificados ou inabilitados não puderem ser devolvidos nas sessões públicas, ficarão à disposição dos interessados por 30 (trinta) dias úteis contados da homologação do certame licitatório. Decorrido esse prazo sem que sejam retirados, será providenciada a sua destruição.

12.6. Primeira sessão pública

12.6.1. A primeira sessão pública será realizada no dia, hora e local previstos no preâmbulo deste Edital e terá a seguinte pauta inicial:

- a) credenciar os representantes dos licitantes, conforme previsto no item 12.1 deste Edital;
- b) receber o INVÓLUCRO Nº 1 - PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA (VIA NÃO IDENTIFICADA), o INVÓLUCRO Nº 2 - PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA (VIA IDENTIFICADA), o INVÓLUCRO Nº 3 - OUTROS COMPONENTES DA PROPOSTA TÉCNICA e o INVÓLUCRO nº 4 - PROPOSTA DE PREÇOS;
- c) conferir se esses invólucros foram apresentados em conformidade com as disposições deste Edital.

12.6.2. O INVÓLUCRO Nº 1 - PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA (VIA NÃO IDENTIFICADA) só será recebido pela Comissão Julgadora de Licitação se não:

- a) estiver identificado;
- b) apresentar marca, sinal, etiqueta ou outro elemento que possibilite a identificação do licitante antes da abertura do INVÓLUCRO Nº 2 - PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA (VIA IDENTIFICADA);
- c) estiver danificado ou deformado pelas peças, material e ou demais documentos nele acondicionados de modo a possibilitar a identificação do licitante antes da abertura do Invólucro nº 2.

12.6.3. Ante a ocorrência de qualquer das hipóteses previstas nas alíneas "a", "b" e "c" do item 12.6.2, a Comissão Julgadora da Licitação não receberá o INVÓLUCRO Nº 1 - PLANO DE COMUNICAÇÃO



PUBLICITÁRIA (VIA NÃO IDENTIFICADA), o que também a impedirá de receber os demais invólucros do mesmo licitante.

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

- a) rubricar, no fecho, sem abri-los, o INVÓLUCRO Nº 2 - PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA (VIA IDENTIFICADA) e o INVÓLUCRO nº 4 - PROPOSTA DE PREÇOS, que permanecerão fechados sob a guarda e responsabilidade da Comissão Julgadora da Licitação, e separá-los dos Invólucros nº 1 e nº 3;
- b) retirar e rubricar o conteúdo dos INVÓLUCROS Nº 1 - PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA (VIA NÃO IDENTIFICADA);
- c) abrir os INVÓLUCROS Nº 3 - OUTROS COMPONENTES DA PROPOSTA TÉCNICA e rubricar seu conteúdo;
- d) colocar à disposição dos representantes dos licitantes, para exame e rubrica, os documentos contidos nos Invólucros nº 1 e nº 3;
- e) informar que os licitantes serão convocados para a próxima sessão na forma do item 13.3 deste Edital.

12.6.5. A Comissão Julgadora da Licitação, antes do procedimento previsto na alínea "b" do item 12.6.4, adotará medidas para evitar que seus membros e ou os representantes dos licitantes possam, ainda que acidentalmente, identificar a autoria de algum Plano de Comunicação Publicitária.

12.6.5.1. Se, ao examinar e ou rubricar os conteúdos dos Invólucros nº 1 e nº 3, a Comissão Julgadora da Licitação e ou os representantes dos licitantes constatarem ocorrências que possibilitem, inequivocamente, a identificação da autoria do Plano de Comunicação Publicitária, a Comissão Julgadora da Licitação desclassificará o licitante e ficará de posse de todos os seus invólucros até que expire o prazo para recursos relativos a essa fase.

12.6.5.2. A Comissão Julgadora da Licitação não lançará nenhum código, sinal ou marca nos Invólucros nº 1 nem nos documentos que compõem a via não identificada do Plano de Comunicação



GOVERNO DO ESTADO DE SÃO PAULO
SECRETARIA DE GOVERNO
UNIDADE DE COMUNICAÇÃO

Publicitária, à exceção das rubricas mencionadas no item 12.6.4, alínea "b" deste Edital.

12.6.6. Abertos os Invólucros nº 1 e nº 3, os licitantes não poderão desistir de suas propostas, a não ser por motivo justo, decorrente de fato superveniente, e aceito pela Comissão Julgadora da Licitação.

12.6.7. Se os licitantes estiverem de acordo com as decisões tomadas pela Comissão Julgadora da Licitação na primeira sessão, os procedimentos de licitação terão continuidade em conformidade com o disposto no item 12.6.8 e seguintes. Se algum licitante manifestar expressamente seu desejo de recorrer das decisões tomadas pela Comissão Julgadora da Licitação na primeira sessão, o resultado será divulgado na forma do item 13.3, abrindo-se o prazo para a interposição de recursos conforme disposto no item 13.4.

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

- a) encaminhamento, pela Comissão Julgadora da Licitação à Subcomissão Técnica, dos INVÓLUCROS Nº 1 - PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA (VIA NÃO IDENTIFICADA);
- b) análise individualizada e julgamento, pela Subcomissão Técnica, das vias não identificadas do Plano de Comunicação Publicitária de acordo com os critérios especificados neste Edital;
- c) elaboração e encaminhamento, pela Subcomissão Técnica à Comissão Julgadora da Licitação, da ata de julgamento dos Planos de Comunicação Publicitária, de planilha com as pontuações e de justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso;
- d) encaminhamento, pela Comissão Julgadora da Licitação à Subcomissão Técnica, dos INVÓLUCROS Nº 3 - OUTROS COMPONENTES DA PROPOSTA TÉCNICA;
- e) análise individualizada e julgamento, pela Subcomissão Técnica, da Capacidade de Atendimento, do Repertório e dos



Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, de acordo com os critérios especificados neste Edital;

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

12.6.9. Se alguma Proposta Técnica for desclassificada com base no item 6.12 deste Edital, a Subcomissão Técnica atribuirá pontuação a cada quesito ou subquesito, conforme as regras previstas neste Edital, e lançará sua pontuação em planilhas que ficarão acondicionadas em envelope fechado e rubricado no fecho pelos membros da Subcomissão Técnica até que expire o prazo para interposição de recursos relativos a essa fase.

12.6.10. As planilhas previstas nas alíneas “c” e “f” do item 12.6.8 conterão, respectivamente, as pontuações que cada membro da Subcomissão Técnica atribuir para cada subquesito do Plano de Comunicação Publicitária, bem como as pontuações atribuídas para os quesitos “Capacidade de Atendimento”, “Repertório” e “Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação” de cada licitante.

12.7. Segunda sessão pública

12.7.1. Após receber as atas de julgamento das Propostas Técnicas, contidas no INVÓLUCRO Nº 1 - PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA (VIA NÃO IDENTIFICADA) e no INVÓLUCRO Nº 3 - OUTROS COMPONENTES DA PROPOSTA TÉCNICA, bem como as respectivas planilhas de julgamento e demais documentos elaborados pela Subcomissão Técnica, a Comissão Julgadora da Licitação convocará os licitantes, na forma do item 13.3 deste Edital, para participar da segunda sessão pública, com a seguinte pauta básica:

- a) credenciar os representantes dos licitantes, conforme previsto no item 12.1 deste Edital;
- b) abrir os INVÓLUCROS Nº 2 - PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA (VIA IDENTIFICADA);



- c) cotejar as vias não identificadas com as vias identificadas do Plano de Comunicação Publicitária, para identificação de sua autoria;
- d) elaborar planilha geral com as pontuações atribuídas a cada quesito de cada Proposta Técnica;
- e) proclamar o resultado do julgamento geral da Proposta Técnica;
- f) em caso de empate, realizar o sorteio, na forma do previsto no item 6.13;
- g) informar que o resultado do julgamento geral das Propostas Técnicas será publicado na forma do item 13.3, com a indicação dos proponentes classificados e dos desclassificados, em ordem decrescente de pontuação, abrindo-se prazo para interposição de recurso, conforme disposto no item 13.4.

12.7.2. 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, caso solicitado pela Comissão Julgadora da Licitação.

12.8. Terceira sessão pública

12.8.1. Não tendo sido interposto recurso, tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, a Comissão Julgadora da Licitação convocará os licitantes, na forma do item 13.3 deste Edital, para participar da terceira sessão pública, com a seguinte pauta básica:

- a) credenciar os representantes dos licitantes, conforme previsto no item 12.1 deste Edital;
- b) abrir os INVÓLUCROS nº 4 - PROPOSTA DE PREÇOS, cujos documentos serão rubricados pelos membros da Comissão Julgadora da Licitação e pelos representantes dos licitantes presentes;
- c) colocar à disposição dos representantes dos licitantes, para exame, os documentos integrantes dos INVÓLUCROS nº 4 - PROPOSTA DE PREÇOS;
- d) analisar se as Propostas de Preços foram elaboradas de acordo com os critérios especificados neste Edital;



- e) identificar a proposta de menor preço e dar conhecimento do resultado aos representantes dos licitantes presentes;
- f) efetuar com os 04 (quatro) licitantes mais bem classificados na fase da Proposta Técnica - caso não tenham apresentado a Proposta de menor preço - a negociação prevista na Lei federal nº 8.666/1993, art. 46, § 1º, inciso II, tendo como referência a proposta de menor preço entre os licitantes classificados;
- g) na falta de êxito na negociação mencionada na alínea "f", negociar sucessivamente com os demais licitantes classificados até a consecução de acordo para a contratação;
- h) declarar vencedoras do julgamento final das Propostas Técnicas e das Propostas de Preços as 04 (quatro) licitantes mais bem-classificadas na Proposta Técnica que tiverem apresentado a Proposta de menor preço ou que concordarem em praticar o menor preço entre as propostas apresentadas pelos licitantes classificados;
- i) informar que o resultado do julgamento da Proposta de Preço e do julgamento final das propostas será publicado na forma do item 13.3 deste Edital, com a indicação da ordem de classificação, abrindo-se prazo para interposição de recurso, conforme disposto no item 13.4.

12.8.2. Serão objeto da negociação prevista nas alíneas "f" e "g" do item 12.8.1 apenas os preços sujeitos a valoração integrantes da Proposta de Preços. Os percentuais de que tratam os incisos "I.a" e "II" do Parágrafo Quinto da Cláusula Décima da minuta de contrato (Anexo IV) corresponderão aos percentuais estabelecidos pelos próprios licitantes vencedores em suas Propostas de Preços, nas declarações a que se referem, respectivamente, as alíneas "a" e "b" do item 2 do modelo da Proposta de Preços (Anexo II.1).

12.9. Quarta sessão pública

12.9.1. Não tendo sido interposto recurso, tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, a Comissão Julgadora da Licitação convocará os licitantes, na forma



do item 13.3 deste Edital, para participar da quarta sessão pública, com a seguinte pauta básica:

- a) credenciar os representantes dos licitantes, conforme previsto no item 12.1 deste Edital;
- b) receber a declaração de pleno cumprimento dos requisitos de habilitação e abrir os INVÓLUCROS Nº 5 - DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO, cujos documentos serão rubricados pelos membros da Comissão Julgadora da Licitação e pelos representantes dos licitantes presentes;
- c) analisar a conformidade dos documentos de habilitação com as condições estabelecidas neste Edital e na legislação em vigor;
- d) colocar à disposição dos representantes dos licitantes, para exame, os documentos integrantes dos INVÓLUCROS Nº 5 - DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO;
- e) informar o resultado da habilitação e esclarecer que a relação dos proponentes habilitados e inabilitados, bem como a indicação dos licitantes vencedores deste certame licitatório, será publicada na forma do item 13.3 deste Edital, abrindo-se prazo de 5 (cinco) dias úteis para interposição de recurso, conforme disposto no art. 109, I, 'a' da Lei Federal nº 8.666/1993.

12.9.2. Os documentos relativos aos licitantes que optarem por comprovar a habilitação por meio do CAUFESP serão impressos e rubricados pelos membros da Comissão Julgadora da Licitação e pelos representantes dos licitantes, sendo após juntados ao processo com os demais documentos apresentados pelo respectivo licitante.

13. RESULTADO, RECURSOS, ADJUDICAÇÃO E HOMOLOGAÇÃO

13.1. **Resultado.** Serão considerados vencedores do certame licitatório os 04 (quatro) licitantes vencedores da etapa de julgamento final das propostas, de acordo com o item 9.1 deste Edital, que tiverem cumprido todos os requisitos de habilitação.

13.1.1. O resultado final do certame será publicado na imprensa oficial. Serão considerados desde logo intimados os licitantes cujos



representantes credenciados estiverem presentes na sessão pública em que o resultado for proclamado pela Comissão Julgadora da Licitação, hipótese em que a intimação constará da respectiva ata.

13.1.2. Os licitantes ausentes serão intimados do resultado pela publicação no Diário Oficial do Estado.

13.2. **Adjudicação.** A adjudicação será feita considerando a totalidade do objeto.

13.3. **Divulgação dos atos licitatórios.** Ressalvados os atos e decisões cuja publicação no Diário Oficial do Estado seja obrigatória, todas as demais informações referentes a esta licitação poderão ser divulgadas, a critério da Comissão Julgadora da Licitação:

- a) nas sessões de abertura de invólucros;
- b) no Diário Oficial do Estado;
- c) por qualquer outro meio que permita a comprovação inequívoca do recebimento da comunicação pelos licitantes.

13.4. **Recursos.** Os atos praticados pela Comissão Julgadora da Licitação nas diversas fases do presente certame poderão ser impugnados pelos licitantes mediante a interposição de recurso no prazo de cinco dias úteis, a contar da intimação do ato ou da lavratura da ata, conforme o caso.

13.4.1. Os recursos devem ser protocolados na sede da Unidade Contratante, no endereço indicado no preâmbulo deste Edital.

13.4.2. Não serão conhecidos os recursos intempestivos ou que estiverem desacompanhados das respectivas razões de fato e de direito.

13.4.3. A interposição do recurso será comunicada aos demais licitantes, os quais poderão apresentar contrarrazões no prazo de cinco dias úteis.

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

13.4.5. O recurso da decisão que julgar as propostas ou que resolver sobre a habilitação dos licitantes terá efeito suspensivo. A



autoridade competente, motivadamente e presentes razões de interesse público, poderá atribuir eficácia suspensiva aos recursos interpostos nos demais casos.

13.5. Homologação e adjudicação. Transcorrido o prazo recursal sem interposição de recursos ou, uma vez decididos os recursos interpostos, a Comissão Julgadora da Licitação elaborará o relatório relativo ao aspecto-técnico publicitário, a que alude o artigo 8º, inciso III, do Decreto Estadual nº 52.040/2007, e o encaminhará à autoridade competente. À vista do relatório, e desde que constatada a regularidade do procedimento licitatório quanto ao aspecto técnico-publicitário, será homologado o resultado do certame e adjudicado o objeto aos licitantes vencedores, publicando-se os atos no Diário Oficial do Estado.

14. CONTRATAÇÃO

14.1. Celebração do contrato. Após a homologação, as adjudicatárias serão convocadas para assinar o termo de contrato, cuja minuta constitui o **Anexo IV** deste Edital.

14.1.1. O prazo de comparecimento para a assinatura do termo de contrato será fixado pela Unidade Contratante no ato de convocação e poderá ser prorrogado mediante solicitação justificada pela adjudicatária e aceita pela Unidade Contratante.

14.1.2. Alternativamente, a critério da Unidade Contratante, o termo de contrato poderá ser encaminhado para assinatura da adjudicatária mediante correspondência, com aviso de recebimento, ou meio eletrônico, com confirmação de leitura. O termo de contrato deverá ser assinado e devolvido no prazo fixado pela Unidade Contratante, a contar da data de seu recebimento.

14.1.3. Haverá um único instrumento de contrato a ser assinado pelas 04 (quatro) adjudicatárias, que executarão individualmente os serviços que lhes forem atribuídos, mediante ordens de serviços específicas a serem expedidas pela Unidade Contratante, nos termos do artigo 2º, §4º da Lei Federal nº 12.232/2010, respondendo, cada qual, pelos respectivos trabalhos.



14.2. **Manutenção das condições de habilitação.** Se, por ocasião da celebração do contrato, algum dos documentos apresentados pela adjudicatária para fins de comprovação da regularidade fiscal ou trabalhista na etapa de habilitação estiver com o prazo de validade expirado, a Unidade Contratante verificará a situação por meio eletrônico e certificará a regularidade nos autos do processo, anexando ao expediente os documentos comprobatórios, salvo impossibilidade devidamente justificada. Se não for possível a atualização por meio eletrônico, a adjudicatária será notificada para comprovar a sua regularidade fiscal e trabalhista no prazo de dois dias úteis, sob pena de a contratação não se realizar.

14.3. **CADIN ESTADUAL.** Constitui condição para a celebração do contrato, bem como para a realização dos pagamentos dele decorrentes, a inexistência de registros em nome da adjudicatária no “Cadastro Informativo dos Créditos não Quitados de Órgãos e Entidades Estaduais - CADIN ESTADUAL”. Esta condição será considerada cumprida se a devedora comprovar que os respectivos registros se encontram suspensos, nos termos do artigo 8º, §§ 1º e 2º. da Lei Estadual nº 12.799/2008.

14.4. **Indicação de gestor - cooperativas.** A indicação de gestor encarregado de representar a adjudicatária com exclusividade perante o contratante, caso se trate de sociedade cooperativa, constitui condição para a assinatura do contrato.

14.5. **Regularização fiscal e trabalhista de ME/EPP/COOPERATIVAS.** A regularização da regularidade fiscal e trabalhista da microempresa, empresa de pequeno porte ou cooperativa nas condições do artigo 34, da Lei Federal n.º 11.488/2007 que tenha sido habilitada com restrições, nos termos do item 11.4 deste Edital, constitui condição para assinatura do contrato.

14.6. **Celebração frustrada.** A ausência de assinatura do contrato dentro do prazo estabelecido pela Unidade Contratante, bem como o descumprimento das condições de celebração previstas nos itens 14.2 a 14.5, caracterizam o descumprimento total da obrigação assumida, sujeitando a adjudicatária faltosa às sanções previstas neste Edital e demais normas pertinentes. Neste caso, a Unidade Contratante poderá convocar outro licitante para



celebrar o contrato, desde que respeitada a ordem de classificação e mantidas as mesmas condições da proposta daquele que deixou de assinar o contrato.

15. GARANTIA DE EXECUÇÃO CONTRATUAL

15.1. Garantia. Após a adjudicação do objeto do certame e até a data da contratação, a licitante vencedora deverá prestar garantia de execução correspondente a 01% (um por cento) do valor da contratação.

15.1.1. A não prestação da garantia de execução equivale à recusa injustificada para a assinatura do contrato, caracterizando descumprimento total da obrigação assumida e sujeitando a licitante vencedora às sanções previstas neste Edital e demais normas pertinentes.

15.2. Modalidades. A adjudicatária poderá optar por uma das seguintes modalidades de garantia:

15.2.1. **Dinheiro.** A garantia em dinheiro deverá ser efetuada mediante depósito bancário em favor da Unidade Contratante no Banco do Brasil, em conta que contemple a correção monetária do valor depositado.

15.2.2. **Títulos da dívida pública.** Serão admitidos apenas títulos da dívida pública emitidos sob a forma escritural, mediante registro em sistema centralizado de liquidação e de custódia autorizado pelo Banco Central do Brasil e avaliados pelos seus valores econômicos, conforme definido pelo Ministério da Fazenda.

15.2.3. **Fiança bancária.** Feita a opção pela fiança bancária, no instrumento deverá constar a renúncia expressa do fiador aos benefícios do artigo 827 do Código Civil.

15.2.4. **Seguro-garantia.** A apólice de seguro-garantia somente será aceita se contemplar todos os eventos indicados no item 12.3 do Edital. Caso tal cobertura não conste expressamente da apólice, a adjudicatária poderá apresentar declaração firmada pela seguradora emitente afirmando que o seguro-garantia apresentado é suficiente para a cobertura de todos os eventos indicados no item 12.3 do Edital.

15.3. Cobertura. A garantia de execução assegurará, qualquer que seja a modalidade escolhida, o pagamento de:

15.3.1. prejuízos advindos do inadimplemento total ou parcial do objeto do contrato;

15.3.2. prejuízos diretos causados à Unidade Contratante decorrentes de culpa ou dolo da contratada durante a execução do objeto do contrato;



15.3.3. multas, moratórias e compensatórias, aplicadas pela Unidade Contratante à contratada na forma do item 13 deste Edital; e

15.3.4. obrigações trabalhistas e previdenciárias de qualquer natureza não adimplidas pela contratada, quando couber.

15.4. Não serão aceitas garantias que incluam outras isenções de responsabilidade que não as seguintes:

15.4.1. Caso fortuito ou força maior;

15.4.2. Descumprimento das obrigações pela contratada decorrentes de atos ou fatos imputáveis exclusivamente à Unidade Contratante.

15.5. **Validade da garantia.** A validade da garantia, qualquer que seja a modalidade escolhida, deverá abranger um período mínimo de três meses após o término da vigência contratual. A garantia deve assegurar a cobertura de todos os eventos ocorridos durante a sua validade, ainda que o sinistro seja comunicado pela Unidade Contratante após expirada a vigência do contrato ou a validade da garantia.

15.6. **Readequação.** No caso de alteração do valor do contrato ou prorrogação dos prazos de execução, a garantia deverá ser readequada nas mesmas condições. Se o valor da garantia for utilizado total ou parcialmente para o pagamento de qualquer obrigação, a contratada deverá efetuar a respectiva reposição no prazo máximo de **10 (dez)** dias úteis, contados da data em que for notificada pela Unidade Contratante para fazê-lo.

15.7. **Extinção.** Decorrido o prazo de validade da garantia, e desde que constatado o cumprimento integral de todas as obrigações contratuais, esta será considerada extinta com a devolução da apólice, da carta-fiança ou com a autorização concedida pela Unidade Contratante para que a contratada realize o levantamento do depósito em dinheiro.

16. SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

16.1. **Espécies.** A pessoa física ou jurídica que praticar os atos previstos nos artigos 86 a 88 da Lei Federal nº 8.666/1993 ou nos artigos 80 a 82 da Lei Estadual nº 6.544/1989 ficará sujeita à aplicação das seguintes sanções:

16.1.1. Advertência por faltas leves, assim entendidas aquelas que não acarretem prejuízos significativos para a Unidade Contratante;

16.1.2. Multa, nos termos do **Anexo VII** deste Edital;



16.1.3. Suspensão temporária de participação em licitação e impedimento de contratar com a Administração Pública estadual, por prazo não superior a dois anos;

16.1.4. Declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com a Administração Pública federal, estadual ou municipal, enquanto perdurarem os motivos determinantes da punição ou até que seja promovida a reabilitação perante a própria autoridade que aplicou a penalidade, que será concedida sempre que a contratada ressarcir os prejuízos causados e após decorrido o prazo da sanção do item 16.1.3.

16.2. **Autonomia.** As sanções são autônomas e não impedem que a Unidade Contratante rescinda unilateralmente o contrato e, garantidos o contraditório e ampla defesa, aplique as demais sanções eventualmente cabíveis.

16.3. **Registro.** As sanções aplicadas pela Unidade Contratante devem ser registradas no Cadastro Unificado de Fornecedores do Estado de São Paulo - CAUFESP, no Sistema Eletrônico de Aplicação e Registro de Sanções Administrativas - e-Sanções (<http://www.esancoes.sp.gov.br>), e no Cadastro Nacional de Empresas Inidôneas e Suspensas - CEIS (<http://www.portaltransparencia.gov.br/ceis>).

16.4. **Descontos.** A Unidade Contratante poderá descontar dos pagamentos os valores correspondentes às multas que eventualmente forem aplicadas à contratada pelo descumprimento de obrigações estabelecidas neste Edital, seus anexos ou no termo de contrato.

16.5. **Conformidade com o marco legal anticorrupção.** A prática de atos que atentem contra o patrimônio público nacional ou estrangeiro, contra princípios da Administração Pública, ou que de qualquer forma venham a constituir fraude ou corrupção, durante a licitação ou ao longo da execução do contrato, será objeto de instauração de processo administrativo de responsabilização nos termos da Lei Federal nº 12.846/2013 e do Decreto Estadual nº 60.106/2014, sem prejuízo da aplicação das demais sanções administrativas cabíveis.



17. OBRIGAÇÕES DAS PARTES, REMUNERAÇÃO, PAGAMENTO, FISCALIZAÇÃO E AVALIAÇÃO DOS SERVIÇOS

17.1. **Remissão ao contrato.** As obrigações das partes, bem como as normas aplicáveis à remuneração e aos pagamentos, estão previstas no termo de contrato, cuja minuta integra este Edital como **Anexo IV**.

17.2. **Fiscalização.** A Unidade Contratante nomeará um gestor e um substituto para o acompanhamento da execução dos serviços, os quais deverão registrar, em relatório específico para cada Contratada, todas as ocorrências, deficiências ou falhas porventura constatadas, e terão poderes, dentre outros, para notificá-las, com vista à imediata correção das irregularidades verificadas nos trabalhos que lhes tenham sido cometidos por meio da ordem de serviço a que se refere o item 14.1.3 deste Edital.

17.3. **Avaliação dos serviços de publicidade.** A Unidade Contratante avaliará bimestralmente os serviços prestados pelas contratadas por meio do formulário "Avaliação Bimestral de Agência de Propaganda", que constitui o **Anexo V** do Edital.

18. IMPUGNAÇÕES AO EDITAL

18.1. **Prazo.** Qualquer pessoa poderá impugnar os termos deste Edital, devendo protocolar a petição no endereço indicado no preâmbulo em até cinco dias úteis antes da data fixada para a sessão pública de entrega dos Invólucros nº 1 a nº 4. As impugnações não suspendem os prazos previstos no Edital.

18.2. **Decisão.** As impugnações serão decididas pela Comissão Julgadora da Licitação em até três dias úteis, contados do protocolo.

18.2.1. Acolhida a impugnação contra o Edital, será designada nova data para realização da sessão pública, se for o caso.

18.2.2. As respostas serão juntadas ao processo administrativo e ficarão disponíveis para consulta por qualquer interessado.

18.3. **Aceitação tácita.** A ausência de impugnação implicará na aceitação tácita, pelo licitante, das condições previstas neste Edital e em seus anexos, em especial no Briefing e na minuta de termo de contrato.



19. DISPOSIÇÕES GERAIS

19.1. **Interpretação.** As normas disciplinadoras desta licitação serão interpretadas em favor da ampliação da disputa, respeitada a igualdade de oportunidade entre os licitantes, desde que não comprometam o interesse público, a finalidade e a segurança da contratação.

19.2. **Omissões.** Os casos omissos serão solucionados pela Comissão Julgadora da Licitação.

19.3. **Publicidade.** A publicidade dos atos pertinentes a esta licitação será efetuada mediante publicação no Diário Oficial do Estado.

19.4. **Foro.** Será competente o foro da Comarca da capital do Estado de São Paulo para dirimir as questões decorrentes desta licitação não resolvidas na esfera administrativa.

19.5. **Anexos.** Integram o presente Edital:

Anexo I - Briefing

Anexo II - Modelos para o INVÓLUCRO nº 4 - PROPOSTA DE PREÇOS

Anexo II.1 - Modelo de proposta de preço;

Anexo II.2 - Declaração de elaboração independente de proposta;

Anexo III - Modelos para o INVÓLUCRO Nº 5 - DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

Anexo III.1 - Declaração de Pleno Cumprimento dos Requisitos de Habilitação;

Anexo III. 2 - Declaração a que se refere o item 10.2.5.1 do Edital;

Anexo IV - Minuta do contrato;

Anexo V - Avaliação bimestral da agência de propaganda contratada;

Anexo VI - Manual de seleção interna de agência de propaganda contratada;

Anexo VII- Resolução SGGE-68, DE 27-10-1999.

São Paulo, 29 de janeiro de 2021.



EDUARDO PIGNALI
Responsável pela Unidade de Comunicação



ANEXO I

BRIEFING

EXERCÍCIO CRIATIVO: PANDEMIA - COVID-19: NOVOS HÁBITOS

1. INTRODUÇÃO

O presente *briefing* consiste em informações destinadas às agências de propaganda participantes do procedimento licitatório a ser realizado pelo ESTADO DE SÃO PAULO, Gabinete do Governador, e este pela UNIDADE DE COMUNICAÇÃO DA SECRETARIA DE GOVERNO, cujo objeto é a contratação de prestação de serviços de publicidade.

As informações a seguir têm como objetivo apresentar tanto a SECRETARIA DE GOVERNO como a UNICOM, esta na qualidade de órgão central do SICOM – SISTEMA DE COMUNICAÇÃO DO ESTADO DE SÃO PAULO, seus principais objetivos e atribuições.

2. O CLIENTE

O Decreto nº 61.036/2015, organiza a Secretaria de Governo, que é responsável por coordenar os projetos, obras e serviços estaduais de grande impacto à população em integração com todas as secretarias, empresas e fundações do Governo. A articulação estratégica no desenvolvimento das políticas públicas estaduais é imprescindível para alcançar os objetivos determinados pelo Plano Plurianual (PPA) e pela Lei Orçamentária Anual. Estimular um dinâmico e produtivo relacionamento entre os órgãos é função da Secretaria de Governo, que engloba dentro de suas atribuições o acompanhamento das ações estratégicas. Inovação e gestão eficiente são os desafios constantes de todo o Governo.



GOVERNO DO ESTADO DE SÃO PAULO
SECRETARIA DE GOVERNO
UNIDADE DE COMUNICAÇÃO

A Unidade de Comunicação é vinculada à Secretaria de Governo, sendo a responsável pela prestação do necessário suporte técnico-administrativo e financeiro, conforme disposto no artigo 12 do Decreto nº 64.061/2019, decreto este que organiza a Unidade de Comunicação.

Assim, a Unidade de Comunicação, o cliente desta licitação, tem por principal função, dentre outras, desempenhar o papel de órgão central do SICOM - Sistema de Comunicação do Governo do Estado de São Paulo, o qual foi organizado inicialmente por meio do Decreto estadual nº 43.834/1999, posteriormente alterado pelo Decreto estadual nº 52.040, de 07 de agosto de 2007, Decreto estadual nº 57.006 de 20 de maio de 2011 e Decreto estadual nº 57.477 de 31 de outubro de 2011, que estabeleceram as diretrizes para o seu funcionamento.

Referido Sistema foi organizado para atingir seus principais objetivos, conforme disposto no Decreto estadual nº 52.040/2007, bem como pelas alterações dadas pelo Decreto estadual nº 64.061/2019:

Artigo 5º - O órgão central e os órgãos setoriais do Sistema de Comunicação do Governo do Estado de São Paulo - SICOM planejarão e executarão suas atividades de acordo com o estabelecido neste decreto e no decreto de organização da Unidade de Comunicação, do Gabinete do Governador, objetivando, em especial:

I - difundir amplamente informações sobre os direitos dos cidadãos e os serviços públicos colocados à disposição dos mais diversos segmentos sociais;

II - divulgar, de forma clara e objetiva, os projetos e ações desenvolvidos pelo Estado nas diversas áreas de interesse da sociedade, de maneira a facilitar seu entendimento;

III - estimular a sociedade a participar do debate e do aprimoramento das políticas públicas do Estado;

IV - atender às necessidades de informações operacionais e mercadológicas de clientes e usuários das entidades da Administração Indireta que prestam serviços ao público;

V - contemplar a sobriedade e a transparência dos procedimentos na área;

VI - garantir a eficiência e a racionalidade na aplicação dos recursos disponíveis;

VII - adequar as mensagens aos segmentos sociais com os quais se pretenda comunicar;

VIII - promover a avaliação sistemática dos resultados.



Parágrafo único - Nos termos do artigo 37, § 1º, da Constituição Federal, a publicidade dos atos, programas, obras, serviços e campanhas dos órgãos públicos deverá ter caráter educativo, informativo ou de orientação social, dela não podendo constar nomes, símbolos ou imagens que caracterizem promoção pessoal de autoridades ou servidores públicos.

3. O EXERCÍCIO CRIATIVO

3.1. PANDEMIA COVID-19: NOVOS HÁBITOS

A Organização Mundial da Saúde (OMS) declarou, em 30 de janeiro de 2020, que o surto da doença causada pelo novo coronavírus (COVID-19) constitui uma Emergência de Saúde Pública de Importância Internacional - o mais alto nível de alerta da Organização, conforme previsto no Regulamento Sanitário Internacional. Em 11 de março de 2020, a COVID-19 foi caracterizada pela OMS como uma pandemia.

Para enfrentamento da citada pandemia o Governo do Estado de São Paulo, além da determinação de distanciamento social, tomou várias medidas em diversos setores, tais como: saúde, educação, segurança, administrativa, social e comunicação.

3.2. Exercício criativo para esta licitação: "PANDEMIA - COVID-19: NOVOS HÁBITOS" -.

Para elaboração de suas propostas técnicas os licitantes poderão realizar suas pesquisas livremente e da forma que entenderem conveniente, com base em toda e qualquer fonte para enriquecimento de suas proposições, devendo pois citá-las adequadamente.

Esclarecemos que dados e informes oficiais poderão ser obtidos também no link www.saopaulo.sp.gov.br/coronavirus, bem como no Portal Oficial do Governo do Estado de São Paulo.

Entre as soluções que devem ser apresentadas para o plano de comunicação, dos novos hábitos a serem adotados pela população do Estado de São Paulo decorrente da Pandemia do Novo Coronavírus, os licitantes deverão considerar o valor estimado para o briefing de forma a apresentar o que considerar ser a melhor proposta de campanha publicitária para toda



a população do Estado de São Paulo, valendo-se de toda a sua experiência e capacidade técnica, tendo total liberdade de criação e proposição em suas soluções dentro da área própria do objeto a ser contratado na presente licitação.

3.3. INVESTIMENTO PUBLICITÁRIO

Informações relativas ao investimento publicitário da UNICOM, podem ser encontrados no seguinte endereço eletrônico:

<https://www.comunicacao.sp.gov.br/prestacao-de-contas/>

QUADRO RESUMO DO INVESTIMENTO PUBLICITÁRIO

| GASTOS COM PUBLICIDADE 2017 | | | |
|--|----------|---------------|----------------|
| DESPESAS | MEIO | VALOR | TOTAL |
| PRODUCAO DE MATERIAIS P/ ACAO DE COMUNICACAO TOTAL | PRODUCAO | 18.190.212,49 | 18.190.212,49 |
| SERVICOS COMPLEMENTARES DE COMUNICACAO TOTAL | PRODUCAO | 34.537.439,28 | 34.537.439,28 |
| VEICULACAO (MIDIA) | INTERNET | 2.716.862,11 | |
| | JORNAL | 4.561.322,81 | |
| | RADIO | 5.430.158,99 | |
| | REVISTA | 1.674.283,17 | |
| | TV | 79.284.628,28 | |
| VEICULACAO (MIDIA) Total | | | 93.667.255,36 |
| TOTAL GERAL | | | 146.394.907,13 |



GOVERNO DO ESTADO DE SÃO PAULO
SECRETARIA DE GOVERNO
UNIDADE DE COMUNICAÇÃO

| GASTOS COM PUBLICIDADE 2018 | | | |
|---|-------------|---------------|----------------------|
| DESPESAS | MEIO | VALOR | TOTAL |
| PRODUCAO DE MATERIAIS P/ ACAO DE COMUNICACAO | PRODUCAO | 13.134.853,10 | 13.134.853,10 |
| SERVICOS COMPLEMENTARES DE COMUNICACAO | PRODUCAO | 9.550.980,99 | 9.550.980,99 |
| VEICULACAO (MIDIA) | DOOH | 135.599,30 | |
| | INTERNET | 1.853.908,32 | |
| | JORNAL | 4.307.732,29 | |
| | OOH | 95.001,00 | |
| | RADIO | 9.471.871,15 | |
| | REVISTA | 1.647.033,30 | |
| | TV | 51.721.403,65 | |
| VEICULACAO (MIDIA) Total | | | 69.232.549,01 |
| TOTAL GERAL | | | 91.918.383,10 |

| GASTOS COM PUBLICIDADE 2019 | | | |
|---|----------------|---------------|-----------------------|
| DESPESAS | MEIO | VALOR | TOTAL |
| PRODUCAO DE MATERIAIS P/ ACAO DE COMUNICACAO | PRODUCAO | 15.341.553,62 | 15.341.553,62 |
| SERVIÇOS COMPLEMENTARES DE COMUNICAÇÃO | PRODUCAO | 15.720.548,00 | 15.720.548,00 |
| VEICULACAO (MIDIA) | AEROPORTO | 504.108,00 | |
| | CINEMA | 1.125.589,90 | |
| | DOOH | 1.092.311,71 | |
| | INTERNET | 7.907.578,69 | |
| | JORNAL | 5.275.677,14 | |
| | MIDIA EXTERIOR | 1.558.870,02 | |
| | NEWSLETTER | 7.267,50 | |
| | OOH | 509.562,27 | |
| | PAINEL | 519.194,00 | |
| | RADIO | 22.666.445,91 | |
| | REVISTA | 4.577.689,99 | |
| | TV | 74.427.934,10 | |
| VEICULACAO (MIDIA) Total | | | 120.172.229,23 |
| TOTAL GERAL | | | 151.234.330,85 |



GOVERNO DO ESTADO DE SÃO PAULO
SECRETARIA DE GOVERNO
UNIDADE DE COMUNICAÇÃO

3.4. Verba estimada e hipotética para fim exclusivo de limitação do exercício criativo de R\$ 30.000.000,00 (trinta milhões de reais).



ANEXO II
MODELOS PARA O INVÓLUCRO Nº 4 – PROPOSTA DE PREÇOS
ANEXO II.1

MODELO DE PROPOSTA DE PREÇOS

CONCORRÊNCIA Nº 01/2021
PROCESSO SEGOV-PRC-2020/03094

À Comissão Julgadora da Licitação,

1) Declaramos que, na vigência do contrato, adotaremos os seguintes preços para os serviços abaixo descritos:

a) desconto de% (.....por cento) em relação aos preços previstos na tabela do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de São Paulo, a título de ressarcimento dos custos internos dos serviços executados pelo licitante, referentes a peças e ou material cuja distribuição não lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei federal nº 4.680/1965, com exceção do serviço de criação, para o qual o desconto será de 100% (cem por cento).

b) percentual de honorários de% (..... por cento), incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes à execução do contrato;

c) percentual de honorários de% (..... por cento), incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material cuja distribuição não proporcione à licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei federal nº 4.680/1965;

d) percentual de honorários de % (..... por cento), incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por



GOVERNO DO ESTADO DE SÃO PAULO
SECRETARIA DE GOVERNO
UNIDADE DE COMUNICAÇÃO

fornecedores, referentes à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias.

2) Declaramos que os percentuais máximos a serem pagos pela Unidade Contratante serão os que seguem:

a) aos detentores de direitos patrimoniais sobre trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos de autor e conexos, em relação ao valor original da cessão desses direitos, na segunda reutilização de peças por período igual ao inicialmente ajustado, será de no máximo de ____% (____ por cento) do valor da cessão original;

b) aos detentores dos direitos patrimoniais sobre obras consagradas, incorporadas a peças, em relação ao valor original da cessão desses direitos, na segunda reutilização das peças por período igual ao inicialmente ajustado, será no máximo de ____% (____ por cento) do valor da cessão original.

3) Declaramos 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 Unidade Contratante todas as vantagens obtidas.

4) Declaramos estar cientes e de acordo com as disposições alusivas a direitos autorais estabelecidas no termo de contrato, que corresponde ao Anexo IV do Edital em epígrafe.

Esta proposta é válida por 60 (sessenta) dias.

(Local e data).

(Nome/assinatura do representante legal)



ANEXO II.2

**DECLARAÇÃO DE ELABORAÇÃO INDEPENDENTE DE PROPOSTA E ATUAÇÃO CONFORME
AO MARCO LEGAL ANTICORRUPÇÃO**

Eu, _____, portador do RG nº _____
e do CPF nº _____, representante legal do licitante
_____ (nome empresarial), interessado em participar da
Concorrência nº ___/___, Processo SEGOV-PRC-2020/03094, **DECLARO**, sob as
penas da Lei, especialmente o artigo 299 do Código Penal Brasileiro, que:

- a) a proposta apresentada foi elaborada de maneira independente e o seu conteúdo não foi, no todo ou em parte, direta ou indiretamente, informado ou discutido com qualquer outro licitante ou interessado, em potencial ou de fato, no presente procedimento licitatório;
- b) a intenção de apresentar a proposta não foi informada ou discutida com qualquer outro licitante ou interessado, em potencial ou de fato, no presente procedimento licitatório;
- c) o licitante não tentou, por qualquer meio ou por qualquer pessoa, influir na decisão de qualquer outro licitante ou interessado, em potencial ou de fato, no presente procedimento licitatório;
- d) o conteúdo da proposta apresentada não será, no todo ou em parte, direta ou indiretamente, comunicado ou discutido com qualquer outro licitante ou interessado, em potencial ou de fato, no presente procedimento licitatório antes da adjudicação do objeto;
- e) o conteúdo da proposta apresentada não foi, no todo ou em parte, informado, discutido ou recebido de qualquer integrante relacionado, direta ou indiretamente, ao órgão licitante antes da abertura oficial das propostas; e
- f) o representante legal do licitante está plenamente ciente do teor e da extensão desta declaração e que detém plenos poderes e informações para firmá-la.



DECLARO, ainda, que a pessoa jurídica que represento conduz seus negócios de forma a coibir fraudes, corrupção e a prática de quaisquer outros atos lesivos à Administração Pública, nacional ou estrangeira, em atendimento à Lei Federal nº 12.846/ 2013 e ao Decreto Estadual nº 60.106/2014, tais como:

- I - prometer, oferecer ou dar, direta ou indiretamente, vantagem indevida a agente público, ou a terceira pessoa a ele relacionada;
- II - comprovadamente, financiar, custear, patrocinar ou de qualquer modo subvencionar a prática dos atos ilícitos previstos em Lei;
- III - comprovadamente, utilizar-se de interposta pessoa física ou jurídica para ocultar ou dissimular seus reais interesses ou a identidade dos beneficiários dos atos praticados;
- IV - no tocante a licitações e contratos:
 - a) frustrar ou fraudar, mediante ajuste, combinação ou qualquer outro expediente, o caráter competitivo de procedimento licitatório público;
 - b) impedir, perturbar ou fraudar a realização de qualquer ato de procedimento licitatório público;
 - c) afastar ou procurar afastar licitante, por meio de fraude ou oferecimento de vantagem de qualquer tipo;
 - d) fraudar licitação pública ou contrato dela decorrente;
 - e) criar, de modo fraudulento ou irregular, pessoa jurídica para participar de licitação pública ou celebrar contrato administrativo;
 - f) obter vantagem ou benefício indevido, de modo fraudulento, de modificações ou prorrogações de contratos celebrados com a administração pública, sem autorização em lei, no ato convocatório da licitação pública ou nos
Respectivos instrumentos contratuais; ou
 - g) manipular ou fraudar o equilíbrio econômico-financeiro dos contratos celebrados com a administração pública;
- V - dificultar atividade de investigação ou fiscalização de órgãos, entidades ou agentes públicos, ou intervir em sua atuação, inclusive



GOVERNO DO ESTADO DE SÃO PAULO
SECRETARIA DE GOVERNO
UNIDADE DE COMUNICAÇÃO

no âmbito das agências reguladoras e dos órgãos de fiscalização do sistema financeiro nacional.

(Local e data).

(Nome/assinatura do representante legal)



ANEXO III

MODELOS DE DECLARAÇÕES PARA O INVÓLUCRO Nº 5 - HABILITAÇÃO

ANEXO III.1

**MODELO DE DECLARAÇÃO DE PLENO CUMPRIMENTO DOS REQUISITOS DE
HABILITAÇÃO**

Nome completo: _____

RG nº: _____ CPF nº _____

DECLARO, sob as penas da Lei, que o licitante _____
(*nome empresarial*), interessado em participar da Concorrência nº ___/___,
Processo SEGOV-PRC-2020/03094, cumpre plenamente os requisitos de
habilitação exigidos no instrumento convocatório, nos termos do inciso I
do artigo 40 da Lei Estadual nº 6.544/1989, na redação que lhe foi dada
pela Lei nº 13.121, de 7 de julho de 2008.

(Local e data).

(Nome/assinatura do representante legal)



ANEXO III.2

MODELO A QUE SE REFERE O ITEM 10.2.5.1. DO EDITAL

Nome completo: _____

RG nº: _____ CPF nº: _____

DECLARO, sob as penas da Lei, que o licitante _____
(*nome empresarial*), interessado em participar da Concorrência nº ___/___,
Processo SEGOV-PRC-2020/03094.

- a) está em situação regular perante o Ministério do Trabalho no que se refere a observância do disposto no inciso XXXIII do artigo 7.º da Constituição Federal, na forma do Decreto Estadual nº. 42.911/1998;
- b) não se enquadra em nenhuma das vedações de participação na licitação do item 2.2 deste Edital
- c) atende às normas de saúde e segurança do trabalho, nos termos do parágrafo único do artigo 117 da Constituição Estadual.

(Local e data).

(Nome/assinatura do representante legal)



ANEXO IV
MINUTA DE CONTRATO

CONCORRÊNCIA Nº 01/2021
PROCESSO SEGOV-PRC-2020/03094
CONTRATO

TERMO DE CONTRATO CELEBRADO ENTRE O ESTADO DE SÃO PAULO, POR INTERMÉDIO DA UNIDADE DE COMUNICAÇÃO, DO GABINETE DO GOVERNADORE, TENDO POR OBJETO A PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE.

O ESTADO DE SÃO PAULO, por meio da UNIDADE DE COMUNICAÇÃO, doravante designado "CONTRATANTE", neste ato representado pelo Sr. portador do RG nº e do CPF nº, responsável pela Unidade de Comunicação, no uso da competência conferida pelo Decreto-Lei Estadual nº 233, de 28 de abril de 1970, e as agências de propaganda:

- (i) _____, inscrita no CNPJ sob nº _____, com sede _____, neste ato representada pelo Senhor(a) _____, portador do RG nº _____ e CPF nº _____;
- (ii) _____, inscrita no CNPJ sob nº _____, com sede _____, neste ato representada pelo Senhor(a) _____, portador do RG nº _____ e CPF nº _____;
- (iii) _____, inscrita no CNPJ sob nº _____, com sede _____, neste ato representada pelo Senhor(a) _____, portador do RG nº _____ e CPF nº _____;
- (iv) _____, inscrita no CNPJ sob nº _____, com sede _____, neste ato representada pelo Senhor(a) _____, portador do RG nº _____ e CPF nº _____.

2



doravante denominadas CONTRATADAS, em face da adjudicação efetuada no certame licitatório indicado em epígrafe, celebram o presente TERMO DE CONTRATO, sujeitando-se às normas da Lei Federal nº 12.232/2010 e, de forma complementar, à Lei Federal nº 4.680/1965 e à Lei Federal nº 8.666/1993, além das demais normas legais e regulamentares aplicáveis à espécie, mediante as seguintes cláusulas e condições que reciprocamente outorgam e aceitam:

CLÁUSULA PRIMEIRA - OBJETO

Constitui objeto do presente contrato a prestação de serviços de publicidade, assim considerados o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o intuito de atender ao direito à informação, de difundir ideias, princípios, iniciativas ou instituições ou de informar o público em geral. Também integram o objeto deste contrato, como atividades complementares, os serviços especializados pertinentes:

- I. 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, observado o disposto no artigo 3º da Lei federal nº 12.232, de 29.04.2010;
- II. à produção e à execução técnica das peças e projetos publicitários criados;
- III. 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, com exclusão dos serviços de comunicação digital.



PARÁGRAFO PRIMEIRO

Os serviços previstos no *caput* não abrangem as ações de publicidade legal, as atividades de assessoria de imprensa, comunicação e relações públicas, bem assim a realização de eventos festivos de qualquer natureza.

PARÁGRAFO SEGUNDO

AS CONTRATADAS atuarão por ordem e conta do CONTRATANTE, em conformidade com o art. 3º da Lei federal nº 4.680/1965, na contratação de fornecedores de bens e serviços especializados, para a execução das atividades complementares de que tratam os incisos I a III do *caput*, e de veículos e demais meios de divulgação, para a transmissão de mensagens publicitárias.

PARÁGRAFO TERCEIRO

Não será permitido a nenhuma das CONTRATADAS subcontratar outra agência para a execução dos serviços previstos nesta Cláusula.

PARÁGRAFO QUARTO

Os serviços de que trata esta cláusula serão prestados em conformidade com as diretrizes do Sistema de Comunicação do Governo do Estado de São Paulo - SICOM, sob a coordenação, supervisão e controle do CONTRATANTE e da Coordenação de Marketing da Unidade de Comunicação, nos termos do disposto no Decreto nº 52.040/2007 (e alterações) e no e no Decreto nº 64.061/19.

PARÁGRAFO QUINTO

As Agências atuarão individualmente, de acordo com as solicitações do CONTRATANTE, que expedirá ordens de serviço específicas e independentes para cada CONTRATADA.

PARÁGRAFO SEXTO

A expedição das ordens de serviço a que se refere o parágrafo quinto desta cláusula será antecedida do procedimento de seleção interna a que



alude o § 4º do artigo 2º da Lei Federal nº 12.232/2010, a ser realizado em conformidade com a metodologia traçada pelo Manual de seleção interna de agência de propaganda contratada, que constitui o Anexo VI do Edital indicado em epígrafe, integrante do presente instrumento.

PARÁGRAFO SÉTIMO

Cada CONTRATADA ficará responsável de forma exclusiva pela execução dos serviços que lhe forem atribuídos na forma dos parágrafos quinto e sexto desta cláusula.

PARÁGRAFO OITAVO

O objeto contratual executado deverá atingir o fim a que se destina, com a eficácia e a qualidade requeridas.

PARÁGRAFO NONO

O regime de execução deste contrato é o de empreitada por preço unitário.

CLÁUSULA SEGUNDA - CONDIÇÕES DE EXECUÇÃO DOS SERVIÇOS

A execução dos serviços deverá ter início na data de assinatura deste termo, obedecidas as condições estabelecidas no Edital indicado no preâmbulo deste instrumento, correndo por conta das CONTRATADAS todas as despesas necessárias à sua plena e adequada execução, em especial as despesas atinentes a seguros, transportes, tributos, encargos trabalhistas e previdenciários.

CLÁUSULA TERCEIRA - VIGÊNCIA E PRORROGAÇÕES

O contrato terá vigência de 06 (seis) meses, a partir da data de sua assinatura, com início em __/__/____ e término em __/__/____.

PARÁGRAFO PRIMEIRO

O prazo de vigência poderá ser prorrogado por sucessivos períodos, iguais ou inferiores, a critério do CONTRATANTE, até o limite de 60 (sessenta) meses, nos termos e condições permitidos pela legislação vigente.



PARÁGRAFO SEGUNDO

Qualquer das CONTRATADAS poderá se opor à prorrogação de que trata o parágrafo primeiro da presente cláusula, desde que o faça mediante documento escrito, recepcionado pelo CONTRATANTE em até 60 (sessenta) dias antes do vencimento do contrato, ou de cada uma das dilatações do prazo de vigência.

PARÁGRAFO TERCEIRO

Eventuais prorrogações serão formalizadas mediante celebração dos respectivos termos de aditamento ao contrato, respeitadas as condições prescritas na Lei Federal nº 8.666/93.

PARÁGRAFO QUARTO

A não prorrogação do prazo de vigência contratual por conveniência do CONTRATANTE não gerará às CONTRATADAS direito a qualquer espécie de indenização.

PARÁGRAFO QUINTO

Não obstante o prazo estipulado no *caput*, a vigência nos exercícios subsequentes ao da celebração do contrato estará sujeita à condição resolutiva, consubstanciada esta na inexistência de recursos aprovados nas respectivas Leis Orçamentárias de cada exercício para atender as respectivas despesas.

PARÁGRAFO SEXTO

Ocorrendo a resolução do contrato, com base na condição estipulada no Parágrafo Quinto desta Cláusula, as CONTRATADAS não terão direito a qualquer espécie de indenização.

CLÁUSULA QUARTA - OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA

À CONTRATADA, além das obrigações constantes do Briefing, que constitui Anexo I do Edital indicado no preâmbulo, e daquelas estabelecidas em lei,



GOVERNO DO ESTADO DE SÃO PAULO
SECRETARIA DE GOVERNO
UNIDADE DE COMUNICAÇÃO

em especial as definidas nos diplomas federal e estadual sobre licitações, cabe:

- I - Operar como organização completa e fornecer serviços de elevada qualidade;
- II - centralizar o comando da publicidade do CONTRATANTE no Município de São Paulo, onde deverá ser mantida unidade administrativa para esse fim, sem prejuízo da utilização de outras dependências para serviços de criação e de produção ou outros complementares ou acessórios que venham a ser necessários, desde que garantidas as condições previamente acordadas;
- III - comprovar, no prazo máximo de 15 (quinze) dias corridos, a contar da data da assinatura deste instrumento, que possui, no Município de São Paulo, estrutura de atendimento compatível com o volume e as características dos serviços a serem prestados ao CONTRATANTE;
- IV - executar com seus próprios recursos ou, quando necessário, mediante a contratação de fornecedores de serviços especializados e veículos, todos os serviços relacionados com o objeto deste contrato, de acordo com as especificações estipuladas pelo CONTRATANTE;
- V - utilizar, na elaboração dos serviços objeto deste contrato, os profissionais indicados na Proposta Técnica da licitação que deu origem a este ajuste, para fins de comprovação da capacidade de atendimento, admitida sua substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior, mediante comunicação formal ao CONTRATANTE;
- VI - envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores e veículos e transferir ao CONTRATANTE as vantagens obtidas, observando-se o seguinte:
 - a) pertencem ao CONTRATANTE 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 tempo, espaço ou reaplicações que tenham sido concedidos por veículo de divulgação;
 - b) o disposto na alínea "a" deste item VI não abrange os planos de incentivo concedidos por veículos à CONTRATADA e a outras agências, nos termos do art. 18, da Lei federal nº 12.232/2010;



GOVERNO DO ESTADO DE SÃO PAULO
SECRETARIA DE GOVERNO
UNIDADE DE COMUNICAÇÃO

- c) o desconto de antecipação de pagamento será igualmente transferido ao CONTRATANTE, caso este venha a saldar compromisso antes do prazo estipulado;
- d) nenhuma das CONTRATADAS poderá privilegiar os planos de incentivo (Lei federal nº 12.232/2010, art. 18) em detrimento dos interesses do CONTRATANTE, seja preterindo veículos de divulgação que não os concedam, seja priorizando os que os ofereçam, devendo sempre conduzir-se na orientação da escolha desses veículos de acordo com pesquisas e dados técnicos comprovados;
- e) o descumprimento ao disposto na alínea “d” deste item VI constituirá grave violação aos deveres contratuais, submetendo à CONTRATADA infratora a processo administrativo que, comprovado o comportamento injustificado, implicará a aplicação das sanções previstas neste contrato;
- f) deverão ser sempre negociadas as melhores condições de preço, até os percentuais máximos constantes dos incisos “I.a” e “II” do Parágrafo Quinto da Cláusula Décima, no tocante aos direitos patrimoniais sobre trabalhos de arte e outros protegidos pelo direito de autor e conexos, bem como em relação aos direitos patrimoniais sobre obras consagradas, nos casos de reutilização de peças publicitárias do CONTRATANTE;

VII - no fornecimento de bens ou serviços especializados ao CONTRATANTE, caberá a cada CONTRATADA observar as seguintes condições:

- a) fazer cotações prévias de preços para todos os serviços a serem prestados por fornecedores;
- b) apresentar somente cotações de preços obtidas junto a fornecedores previamente cadastrados no Cadastro Unificado de Fornecedores do Estado de São Paulo - CAUFESP, aptos a fornecer bens ou serviços especializados relacionados com as atividades complementares da execução do objeto deste contrato, nos termos do artigo 14 da Lei federal nº 12.232/2010;
- c) apresentar, no mínimo, 3 (três) cotações coletadas entre fornecedores cadastrados no CAUFESP que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido;



GOVERNO DO ESTADO DE SÃO PAULO
SECRETARIA DE GOVERNO
UNIDADE DE COMUNICAÇÃO

d) exigir do fornecedor que constem da cotação os produtos ou serviços que a compõem, seus preços unitários e total e, sempre que necessário, o detalhamento de suas especificações;

e) a cotação deverá ser apresentada no original, em papel timbrado, com a identificação do fornecedor (nome completo, 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;

f) juntamente com a cotação deverão ser apresentados comprovantes de que o fornecedor está inscrito e em atividade no CNPJ ou no CPF e nos cadastros 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.

VIII - Quando o fornecimento de bens ou serviços tiver valor superior a 0,5% (cinco décimos por cento) do valor global deste contrato, a CONTRATADA coletará orçamentos de fornecedores em envelopes fechados, que serão abertos em sessão pública, convocada e realizada sob fiscalização do CONTRATANTE;

IX - O CONTRATANTE procederá à verificação prévia da adequação dos preços dos bens e serviços cotados em relação aos do mercado, podendo para isso recorrer às informações disponíveis no CAUFESP;

X - Se não houver possibilidade de obter 3 (três) cotações, a CONTRATADA deverá apresentar as justificativas pertinentes, por escrito, para prévia decisão do gestor deste contrato.

XI - Se e quando julgar conveniente, o CONTRATANTE poderá:

a) supervisionar o processo de seleção de fornecedores quando o fornecimento de bens ou serviços tiver valor igual ou inferior a 0,5% (cinco décimos por cento) do valor global deste contrato;

b) realizar cotação de preços diretamente junto a fornecedores para o fornecimento de bens ou serviços, independentemente de valor.

XII - Cada CONTRATADA informará, por escrito, aos fornecedores de serviços especializados acerca das condições estabelecidas na Cláusula Décima para a reutilização de peças e materiais publicitários, especialmente no tocante aos direitos patrimoniais de autor e conexos;



GOVERNO DO ESTADO DE SÃO PAULO
SECRETARIA DE GOVERNO
UNIDADE DE COMUNICAÇÃO

XIII - As disposições dos itens VII a XII desta cláusula não se aplicam à compra de mídia;

XIV - a contratação de fornecedores, para a execução de serviços objeto deste contrato, deverá ser submetida à prévia e expressa anuência do CONTRATANTE;

XV - é vedada a cotação prévia de preços para o fornecimento de bens ou serviços especializados de empresas que:

a) um mesmo sócio ou cotista participe de mais de uma empresa fornecedora em um mesmo procedimento;

b) dirigente ou empregado da CONTRATADA executora da ordem de serviço tenha participação societária ou vínculo comercial ou de parentesco até o terceiro grau.

XVI - as despesas com bens e serviços especializados prestados por fornecedores, a veiculação ou quaisquer outras despesas relacionadas com este Contrato dependem de prévia aprovação e autorização, por escrito, do CONTRATANTE;

XVII - a reserva e compra de espaço ou tempo publicitário de veículos dependerá de expressa autorização por parte CONTRATANTE;

XVIII - deverá ser apresentado ao CONTRATANTE, para aprovação, o Plano de Mídia de cada campanha ou ação, relação dos meios, praças e veículos 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 parágrafo sexto da cláusula décima primeira, e a(s) justificativa(s) que demonstre(m) tal impossibilidade, com o fim de atender ao disposto no art. 15 da Lei federal nº 12.232/2010;

XIX - deverá ser apresentado ao CONTRATANTE, como alternativa ao item XVIII desta Cláusula, estudo prévio sobre os meios, praças e veículos 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 parágrafo sexto da cláusula décima primeira, e a(s) justificativa(s) que demonstre(m) tal impossibilidade, com o fim de atender ao disposto no art. 15 da Lei federal nº 12.232/2010, observando-se:



- a) o estudo de que trata o *caput* desta cláusula deve levar em conta os meios, praças e veículos habitualmente programados nos esforços de comunicação do CONTRATANTE, com vistas à realização de negociação global entre as partes sobre o que seja oneroso e o que seja suportável para a CONTRATADA;
- b) o resultado da negociação global entre as partes prevista na alínea "a" deste item vigorará para os planos de mídia que vierem a ser aprovados em até três (3) meses da data de assinatura deste contrato;
- c) ao final do período de três (3) meses, a CONTRATADA apresentará novo estudo, que vigorará durante os próximos três (3) meses seguintes e assim sucessivamente;
- d) se fato superveniente alterar significativamente as análises e conclusões do estudo mencionado no *caput* deste item, o CONTRATANTE solicitará novo estudo e, em decorrência, poderá efetuar nova negociação global e determinar seu novo período de vigência.

XX - cada CONTRATADA deverá encaminhar imediatamente após a produção dos serviços, para constituir o acervo do CONTRATANTE, sem ônus para este:

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

XXI - quando se tratar de campanhas com várias mídias, as peças poderão ser agrupadas em um mesmo DVD, mantida a exigência de apresentação de cópia em *Betacam* com a peça de TV;.

XXII - compete, também, a cada CONTRATADA:

- a) manter, durante o período de, no mínimo, 5 (cinco) anos após a extinção deste contrato, acervo comprobatório da totalidade dos serviços prestados, compreendendo as peças e ou material produzidos, independentemente do disposto no item XX;
- b) orientar a produção e a impressão das peças gráficas aprovadas pelo CONTRATANTE.



GOVERNO DO ESTADO DE SÃO PAULO
SECRETARIA DE GOVERNO
UNIDADE DE COMUNICAÇÃO

XXIII - o material a ser utilizado na distribuição, referido na alínea "b" do item XXII desta cláusula, só será definido após sua aprovação pelo CONTRATANTE e sua reprodução dar-se-á a partir das peças mencionadas no item XX;

XXIV - cada CONTRATADA deverá, ainda:

- a) entregar ao 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;
- b) registrar em relatórios de atendimento todas as reuniões e telefonemas relacionados ao serviço, mantidos com o CONTRATANTE, objetivando tornar transparentes os entendimentos havidos e também para que ambos tomem as providências necessárias ao desempenho das respectivas tarefas.

XXV - os relatórios a que se refere a alínea "b" do item XXIV desta cláusula deverão ser enviados ao CONTRATANTE no prazo máximo de 2 (dois) dias úteis após a realização do contato;

XXVI - constatada incorreção no registro dos assuntos tratados, o CONTRATANTE solicitará a necessária regularização, no prazo máximo de 2 (dois) dias úteis, a contar da data do recebimento do respectivo relatório;

XXVII - exigir dos eventuais fornecedores contratados, no que couber, as mesmas condições fiscais e jurídicas a que estão obrigadas pelo presente contrato, no que diz respeito à regularidade fiscal, tributária e quanto a sua regular instituição;

XXVIII - constituem, igualmente, obrigações de cada CONTRATADA:

- a) tomar providências, imediatamente, em casos de alterações, rejeições, cancelamentos ou interrupções de um ou mais serviços, mediante comunicação do CONTRATANTE, respeitadas as obrigações contratuais já assumidas com fornecedores e veículos, bem como os honorários pelos serviços realizados até a data das referidas ocorrências, desde que estas não tenham sido causadas pela própria CONTRATADA ou por fornecedores e veículos por ela contratados;



GOVERNO DO ESTADO DE SÃO PAULO
SECRETARIA DE GOVERNO
UNIDADE DE COMUNICAÇÃO

- b) não divulgar informações acerca da prestação dos serviços objeto deste contrato, que envolvam o nome do CONTRATANTE, sem sua prévia e expressa autorização;
- c) prestar esclarecimentos ao CONTRATANTE sobre eventuais atos ou fatos desabonadores noticiados que envolvam o seu nome, independentemente de solicitação;
- d) não caucionar ou utilizar o presente contrato como garantia para qualquer operação financeira;
- e) manter, durante a execução deste contrato, todas as condições de habilitação exigidas na licitação que lhe deu origem, incluída a certificação de qualificação técnica de funcionamento de que tratam o art. 4º e seu § 1º da Lei federal nº 12.232/2010;
- f) cumprir todas as leis e posturas, federais, estaduais e municipais pertinentes e responsabilizar-se por todos os prejuízos decorrentes de infrações a que houver dado causa;
- g) observar e respeitar a legislação trabalhista e securitária com relação a seus empregados e, quando for o caso, com relação a empregados de fornecedores contratados;
- h) responsabilizar-se por todos os tributos que forem devidos em decorrência da execução do objeto deste Contrato, pelas contribuições devidas à Seguridade Social, por encargos trabalhistas, por prêmios de seguro e de acidentes de trabalho, pelos encargos que venham a ser criados e exigidos pelos poderes públicos e outras despesas que se fizerem necessárias ao cumprimento do objeto pactuado;
- i) responsabilizar-se por recolhimentos indevidos ou pela omissão total ou parcial nos recolhimentos de tributos que incidam ou venham a incidir sobre os serviços contratados;
- j) apresentar, quando solicitada pelo CONTRATANTE, a comprovação de estarem sendo satisfeitos todos os seus encargos e obrigações trabalhistas, previdenciários e fiscais;
- k) executar todos os contratos firmados com fornecedores e veículos, bem como responder por todos os efeitos desses contratos perante seus signatários e o próprio CONTRATANTE;



- l) manter, por si, por seus prepostos e contratados, irrestrito e total sigilo sobre quaisquer dados que lhe sejam fornecidos, sobretudo quanto à estratégia de atuação do CONTRATANTE;
- m) responder perante o CONTRATANTE e fornecedores por eventuais prejuízos e danos decorrentes de sua demora, omissão ou erro na condução dos serviços de sua responsabilidade, na veiculação de publicidade ou em quaisquer serviços objeto deste contrato;
- n) 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 o CONTRATANTE;
- o) responsabilizar-se pelo ônus resultante de quaisquer ações, demandas, custos e despesas decorrentes de danos causados por culpa ou dolo de seus empregados, prepostos e ou contratados;
- p) adotar, no caso de ação trabalhista envolvendo os serviços prestados, as providências necessárias no sentido de preservação do CONTRATANTE, mantendo-o a salvo de reivindicações, demandas, queixas ou representações de qualquer natureza e, não logrando êxito, reembolsá-lo das importâncias que este tenha sido obrigado a pagar, dentro do prazo improrrogável de 10 (dez) dias úteis a contar da data do respectivo pagamento;
- q) responder por qualquer ação judicial movida por terceiros com base na legislação de proteção à propriedade intelectual, direitos de propriedade ou direitos autorais, relacionada com os serviços objeto deste contrato;
- r) manter em carteira os títulos originados pelos serviços executados, sendo vedada as suas negociações junto a estabelecimento financeiro. Se da infringência deste dispositivo advier protestos do título, a CONTRATADA obriga-se a efetuar às suas expensas o respectivo cancelamento, no prazo de 5 (cinco) dias, contados da data da emissão do correspondente instrumento cartorário.

PARÁGRAFO PRIMEIRO

As CONTRATADAS não poderão oferecer, dar ou se comprometer a dar a quem quer que seja, tampouco aceitar ou se comprometer a aceitar de quem quer



que seja, por conta própria ou por intermédio de outrem, qualquer pagamento, doação, compensação, vantagens financeiras ou benefícios de qualquer espécie relacionados de forma direta ou indireta ao objeto deste contrato, o que deve ser observado, ainda, pelos seus prepostos, colaboradores e eventuais subcontratados, caso permitida a subcontratação.

PARÁGRAFO SEGUNDO

Em atendimento à Lei Federal nº 12.846/2013 e ao Decreto Estadual nº 60.106/2014, as CONTRATADAS se comprometem a conduzir os seus negócios de forma a coibir fraudes, corrupção e quaisquer outros atos lesivos à Administração Pública, nacional ou estrangeira, abstendo-se de práticas como as seguintes:

- I - prometer, oferecer ou dar, direta ou indiretamente, vantagem indevida a agente público, ou a terceira pessoa a ele relacionada;
- II - comprovadamente, financiar, custear, patrocinar ou de qualquer modo subvencionar a prática dos atos ilícitos previstos em Lei;
- III - comprovadamente, utilizar-se de interposta pessoa física ou jurídica para ocultar ou dissimular seus reais interesses ou a identidade dos beneficiários dos atos praticados;
- IV - no tocante a licitações e contratos:
 - a) frustrar ou fraudar, mediante ajuste, combinação ou qualquer outro expediente, o caráter competitivo de procedimento licitatório público;
 - b) impedir, perturbar ou fraudar a realização de qualquer ato de procedimento licitatório público;
 - c) afastar ou procurar afastar licitante, por meio de fraude ou oferecimento de vantagem de qualquer tipo;
 - d) fraudar licitação pública ou contrato dela decorrente;
 - e) criar, de modo fraudulento ou irregular, pessoa jurídica para participar de licitação pública ou celebrar contrato administrativo;
 - f) obter vantagem ou benefício indevido, de modo fraudulento, de modificações ou prorrogações de contratos celebrados com a administração pública, sem autorização em lei, no ato convocatório



da licitação pública ou nos respectivos instrumentos contratuais; ou
g) manipular ou fraudar o equilíbrio econômico-financeiro dos contratos celebrados com a administração pública;

V - dificultar atividade de investigação ou fiscalização de órgãos, entidades ou agentes públicos, ou intervir em sua atuação, inclusive no âmbito das agências reguladoras e dos órgãos de fiscalização do sistema financeiro nacional.

PARÁGRAFO TERCEIRO

O descumprimento das obrigações previstas nos Parágrafos Primeiro e Segundo desta Cláusula Quarta poderá submeter a CONTRATADA infratora à rescisão unilateral do contrato, a critério do CONTRATANTE, sem prejuízo da aplicação das sanções penais e administrativas cabíveis e, também, da instauração do processo administrativo de responsabilização de que tratam a Lei Federal nº 12.846/2013 e o Decreto Estadual nº 60.106/2014.

CLÁUSULA QUINTA - OBRIGAÇÕES DO CONTRATANTE

Constituem obrigações do CONTRATANTE, além das demais previstas neste contrato ou dele decorrentes:

- I) cumprir os compromissos financeiros assumidos com as CONTRATADAS;
- II) indicar formalmente o gestor, responsável pelo acompanhamento e fiscalização da execução do ajuste;
- III) comunicar, por escrito, às CONTRATADAS, toda e qualquer orientação acerca dos serviços, excetuados os entendimentos orais determinados pela urgência, que deverão ser confirmados, por escrito, no prazo de 24 (vinte e quatro) horas úteis;
- IV) fornecer e colocar à disposição todos os elementos e informações que se fizerem necessários à execução dos serviços;
- V) verificar o cumprimento das cláusulas contratuais relativas aos honorários devidos a cada CONTRATADA e às condições de contratação de fornecedores de bens e serviços especializados;
- VI) proporcionar condições para a boa execução dos serviços;



- VII) comunicar, mediante notificação formal, as irregularidades constatadas na execução dos serviços;
- VIII) expedir notificação formal quando o assunto envolver penalidades, inclusive multas ou quaisquer débitos sob a responsabilidade de qualquer das CONTRATADAS;
- IX) promover a retenção de valores relativos a tributos e contribuições que se imponha em razão de previsão legal.

PARÁGRAFO ÚNICO

A juízo do CONTRATANTE, as campanhas publicitárias, integrantes das Propostas Técnicas apresentadas na licitação que deu origem a este contrato, poderão ser produzidas e distribuídas durante sua vigência, com ou sem modificações.

CLÁUSULA SEXTA - FISCALIZAÇÃO DOS SERVIÇOS

O CONTRATANTE fiscalizará a execução dos serviços contratados e verificará o cumprimento das especificações técnicas, podendo rejeitá-los, no todo ou em parte, quando não corresponderem ao desejado ou especificado.

PARÁGRAFO PRIMEIRO

Serão nomeados um gestor titular e um substituto, para executar a fiscalização deste contrato e registrar em relatório todas as ocorrências, deficiências, irregularidades ou falhas porventura observadas, os quais terão poderes, entre outros, para expedir notificação objetivando a imediata correção das irregularidades, sem prejuízo da imposição das sanções que se mostrarem cabíveis.

PARÁGRAFO SEGUNDO

O planejamento e a execução das ações de publicidade deverão ser coordenados e aprovados pela CONTRATANTE.



PARÁGRAFO TERCEIRO

A fiscalização, por parte do CONTRATANTE, em nada restringe a responsabilidade, única, integral e exclusiva de cada uma das CONTRATADAS pela perfeita execução dos serviços que lhes forem atribuídos na forma do parágrafo quinto da cláusula primeira deste instrumento.

PARÁGRAFO QUARTO

A não aceitação de algum serviço, no todo ou em parte, não implicará a dilação do prazo de entrega, salvo expressa concordância do CONTRATANTE.

PARÁGRAFO QUINTO

Cada uma das CONTRATADAS adotará, nos serviços que lhes forem atribuídos, as providências necessárias para que qualquer execução, referente à produção, veiculação ou à distribuição, considerada não aceitável, no todo ou em parte, seja refeita ou reparada, nos prazos estipulados pela fiscalização, sem ônus para o CONTRATANTE.

PARÁGRAFO SEXTO

A aprovação dos serviços executados pela própria CONTRATADA ou por seus contratados não a desobrigará de sua responsabilidade quanto à perfeita execução dos serviços contratados.

PARÁGRAFO SÉTIMO

A ausência de comunicação por parte do CONTRATANTE, referente a irregularidades ou falhas, não exime as CONTRATADAS das obrigações previstas neste contrato.

PARÁGRAFO OITAVO

As CONTRATADAS permitirão e oferecerão condições para a mais ampla e completa fiscalização, durante a vigência deste contrato, fornecendo informações, propiciando o acesso à documentação pertinente e aos serviços em execução e atendendo às observações e exigências apresentadas pela fiscalização.



PARÁGRAFO NONO

As CONTRATADAS se obrigam a permitir que a auditoria interna do CONTRATANTE e/ou auditoria externa por ele indicada tenham acesso a todos os documentos que digam respeito aos serviços prestados por meio de ordem de serviço a que alude o parágrafo quinto da cláusula primeira deste instrumento.

PARÁGRAFO DÉCIMO

Ao CONTRATANTE é facultado o acompanhamento de todos os serviços objeto deste contrato, juntamente com representante credenciado por cada uma das CONTRATADAS.

PARÁGRAFO DÉCIMO PRIMEIRO

O CONTRATANTE avaliará bimestralmente os serviços prestados, observando-se o seguinte:

- I) a avaliação será promovida pelo CONTRATANTE objetivando apurar a necessidade de correções que visem a melhorar a qualidade dos serviços prestados por cada uma das CONTRATADAS; decidir sobre a prorrogação de vigência da avença ou sua rescisão; bem como fornecer, quando solicitado por qualquer delas, declarações sobre seu desempenho para servir de prova de capacitação técnica em licitações;
- II) cópia do instrumento de avaliação de desempenho individual será encaminhada ao gestor deste contrato e ficará à disposição dos órgãos de controle interno e externo.

CLÁUSULA SÉTIMA - VALOR DO CONTRATO E RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS

As despesas com o presente contrato estão estimadas em R\$ _____
(_____).



PARÁGRAFO PRIMEIRO

No presente exercício as despesas decorrentes desta contratação irão onerar o crédito orçamentário _____, de classificação funcional programática _____ e categoria econômica _____.

PARÁGRAFO SEGUNDO

No(s) exercício(s) seguinte(s), correrão à conta dos recursos próprios para atender às despesas da mesma natureza, cuja alocação será feita no início de cada exercício financeiro.

PARÁGRAFO TERCEIRO

O CONTRATANTE se reserva o direito de, a seu critério, utilizar ou não a totalidade dos recursos previstos.

CLÁUSULA OITAVA - REMUNERAÇÃO

Pelos serviços prestados, cada CONTRATADA será remunerada e ressarcida conforme estabelecido na presente cláusula, na seguinte conformidade:

I) desconto de% (.....cento) em relação aos preços previstos na tabela do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de São Paulo, a título de ressarcimento dos custos internos dos serviços executados pelo licitante, referentes a peças e ou material cuja distribuição não lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei federal nº 4.680/1965, com exceção do serviço de criação, para o qual o desconto será de 100% (cem por cento).

II) percentual de honorários de% (..... por cento), incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes à execução do contrato;



III) percentual de honorários de% (.....por cento), incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material cuja distribuição não proporcione ao licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei federal nº 4.680/1965;

IV) percentual de honorários de % (..... por cento), incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias;

PARÁGRAFO PRIMEIRO

Os leiautes, roteiros e similares reprovados não serão cobrados pela CONTRATADA incumbida da execução dos serviços;

PARÁGRAFO SEGUNDO

As CONTRATADAS se comprometem a apresentar, antes do início dos serviços que lhes forem atribuídos, na forma do parágrafo quinto da cláusula primeira, planilha detalhada com os valores previstos na tabela referencial de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de São Paulo e com os preços correspondentes a serem cobrados do CONTRATANTE, conforme previsto no inciso I do *caput* desta cláusula, acompanhada de exemplar da referida tabela impressa pelo Sindicato ou por ele autenticada.

PARÁGRAFO TERCEIRO

Os honorários de que tratam os incisos "II" , "III" e "IV" do *caput* desta cláusula serão calculados sobre o preço efetivamente faturado, do qual será excluído, para este fim, o valor dos tributos cujo recolhimento seja de competência das CONTRATADAS.



PARÁGRAFO QUARTO

As CONTRATADAS não farão 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 lhes proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação.

PARÁGRAFO QUINTO

As despesas com deslocamento de profissionais das CONTRATADAS, de seus representantes ou de fornecedores por ela contratados serão de sua exclusiva responsabilidade, ficando ajustado que eventuais exceções, no exclusivo interesse do CONTRATANTE, poderão vir a ser ressarcidas por seu valor líquido e sem cobrança de honorários pela CONTRATADA, desde que antecipadamente orçadas e aprovadas pelo CONTRATANTE.

PARÁGRAFO SEXTO

Quando houver ressarcimento de despesas com deslocamento de profissionais das CONTRATADAS, de seus representantes ou de fornecedores que venham a ser contratados, deverão ser apresentados comprovantes de passagens, diárias, locação de veículos, entre outros, a fim de aferir a execução da despesa e assegurar seu pagamento pelo líquido, sem a incidência de honorários.

PARÁGRAFO SÉTIMO

Nenhuma das CONTRATADAS fará jus a nenhuma remuneração ou desconto de agência quando da utilização, pelo CONTRATANTE, de créditos que a este tenham sido eventualmente concedidos por veículos de divulgação, em qualquer ação publicitária pertinente a este contrato.

PARÁGRAFO OITAVO

As formas de remuneração estabelecidas nesta Cláusula poderão ser renegociadas no interesse do CONTRATANTE.



CLÁUSULA NONA - DESCONTO DE AGÊNCIA

Além da remuneração prevista na Cláusula Oitava, as CONTRATADAS farão jus ao desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, em conformidade com o art. 11 da Lei federal nº 4.680/1965.

PARÁGRAFO PRIMEIRO

O desconto de que trata o *caput* é concedido às CONTRATADAS pela concepção, execução e ou distribuição de publicidade, por ordem e conta do CONTRATANTE, nos termos do art. 19 da Lei federal nº 12.232/2010.

PARÁGRAFO SEGUNDO

As CONTRATADAS repassarão ao CONTRATANTE 1/4 (um quarto) do valor correspondente ao desconto de agência a que faz jus, calculado sobre o valor acertado para cada veiculação.

CLÁUSULA DÉCIMA - DIREITOS AUTORAIS

Cada uma das CONTRATADAS cede ao CONTRATANTE os direitos patrimoniais do autor das ideias (incluídos os estudos, análises e planos), campanhas, peças e materiais publicitários, de sua propriedade, de seus empregados ou prepostos, concebidos e criados em decorrência deste contrato.

PARÁGRAFO PRIMEIRO

O valor dessa cessão é considerado incluído nas modalidades de remuneração definidas nas Cláusulas Oitava e Nona deste contrato.

PARÁGRAFO SEGUNDO

O CONTRATANTE poderá, a seu juízo, utilizar referidos direitos diretamente ou através de terceiros, durante a vigência deste contrato e mesmo após seu término ou eventual rescisão, sem que lhe caiba qualquer ônus perante as CONTRATADAS, seus empregados, prepostos ou fornecedores.

PARÁGRAFO TERCEIRO

A juízo do CONTRATANTE, as peças publicitárias criadas poderão ser reutilizadas por outros órgãos ou entidades do Poder Executivo Estadual,



sem nenhum ônus para estes, não se mostrando devida, nessa hipótese, remuneração adicional ou indenização a qualquer das CONTRATADAS, seja de que natureza for.

PARÁGRAFO QUARTO

Caberá a esses órgãos ou entidades de que trata o parágrafo terceiro desta cláusula, diretamente ou por intermédio das agências 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.

PARÁGRAFO QUINTO

Com vistas às contratações para a execução de serviços que envolvam direitos de autor e conexos, cada CONTRATADA solicitará dos fornecedores orçamentos que prevejam a cessão dos respectivos direitos patrimoniais pelo prazo definido pelo CONTRATANTE, observando-se, ainda, as seguintes diretrizes:

I) cada 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 garanta a cessão pelo prazo definido pelo CONTRATANTE em cada caso e se declare ciente e de acordo com as condições estabelecidas nos incisos I.a e II deste parágrafo quinto;

I.a) na reutilização de peças por período igual ao inicialmente ajustado, o percentual a ser pago pelo CONTRATANTE em relação ao valor original dos direitos patrimoniais de autor e conexos será de no máximo ___ % (_____ por cento). Para a reutilização por períodos inferiores, o percentual máximo será obtido pela regra de três simples;



I.b) O valor inicialmente contratado poderá ser reajustado tendo como parâmetros básicos os preços vigentes no mercado, aplicando-se, em tal caso, no máximo, a variação do IPC-FIPE - Índice Geral de Preços ao Consumidor, a que alude o Decreto estadual nº 48.326, de 12.12.2003, desde que decorrido pelo menos um ano da cessão original dos direitos;

II) Na reutilização de peças por período igual ao inicialmente ajustado, o percentual em relação ao valor original da cessão de uso de obras consagradas incorporadas a essas peças, a ser pago pelo CONTRATANTE aos detentores dos direitos patrimoniais de autor e conexos dessas obras, será de no máximo ___ % (_____ por cento). Para a reutilização por períodos inferiores, o percentual máximo será obtido pela regra de três simples;

II.a) O valor inicialmente contratado poderá ser reajustado tendo como parâmetros básicos os preços vigentes no mercado, aplicando-se, em tal caso, no máximo, a variação do IPC-FIPE - Índice Geral de Preços ao Consumidor, a que alude o Decreto estadual nº 48.326, de 12.12.2003, desde que decorrido pelo menos um ano da cessão original dos direitos;

III) Quando da reutilização de quaisquer peças publicitárias, conforme previsto nos incisos I.a e II deste Parágrafo Quinto, o valor a ser pago pelo 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.

PARÁGRAFO SEXTO

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

PARÁGRAFO SÉTIMO

Cada CONTRATADA se obriga a fazer constar, em destaque, os preços dos cachês, os de cessão de direito de uso de obra(s) consagrada(s), incorporada(s) à peça e os de cessão dos demais direitos patrimoniais de



autor e conexos, nos orçamentos de produção, após os procedimentos previstos no inciso VII do *caput* da Cláusula Quarta deste contrato.

PARÁGRAFO OITAVO

Cada CONTRATADA se obriga a fazer constar dos respectivos ajustes que vier a celebrar com fornecedores, 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 ao CONTRATANTE, que poderá, a seu juízo, utilizar referidos direitos, diretamente ou por intermédio de terceiros, durante o prazo de 5 (cinco) anos, contado da data do pagamento do serviço, pela CONTRATADA ao fornecedor, sem que caiba ao CONTRATANTE qualquer ônus adicional perante os cedentes desses direitos;

II) que, em decorrência da cessão prevista no inciso anterior, o 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.

PARÁGRAFO NONO

O CONTRATANTE poderá aproveitar, para veiculação, peças produzidas para outros órgãos e entidades do Poder Executivo Estadual, hipótese em que a CONTRATADA, destinatária da ordem de serviço a que se refere parágrafo quinto da cláusula primeira, ficará responsável pelo acordo comercial com os eventuais detentores dos direitos patrimoniais de autor e conexos das peças e o submeterá previamente ao CONTRATANTE.



CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA - LIQUIDAÇÃO E PAGAMENTO DE DESPESAS

Para a liquidação e pagamento de despesa referente aos serviços previamente autorizados pelo CONTRATANTE, cada CONTRATADA deverá apresentar:

- I - a correspondente nota fiscal, que será emitida sem rasura, em letra bem legível, em nome do CONTRATANTE, da qual constará o número deste contrato e as informações para crédito em conta corrente: nome e número do Banco, nome e número da Agência e número da conta;
- II - a primeira via do documento fiscal do fornecedor ou do veículo;
- III - os documentos de comprovação da veiculação, da execução dos serviços e, quando for o caso, do comprovante de sua entrega.

PARÁGRAFO PRIMEIRO

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 mensalmente encaminhados pela CONTRATADA ao CONTRATANTE.

PARÁGRAFO SEGUNDO

O gestor do contrato somente atestará a prestação dos serviços e liberará os documentos para pagamento quando cumpridas pela CONTRATADA todas as condições pactuadas.

PARÁGRAFO TERCEIRO

A liquidação de despesas será precedida das seguintes providências a cargo de cada uma das CONTRATADAS:

- I) serviços executados pela CONTRATADA:
 - a) intermediação e supervisão de serviços especializados prestados por fornecedores: apresentação dos documentos de cobrança de que tratam os incisos I, II e III do *caput* desta cláusula;
 - b) execução de serviços internos: apresentação dos documentos de cobrança de que tratam os incisos I e III do *caput* desta cláusula.
- II - serviços especializados prestados por fornecedores e veiculação:



- a) produção e execução técnica de peça e ou material: apresentação dos documentos de cobrança de que tratam os incisos I, II e III do *caput* desta cláusula;
- b) planejamento e execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes à execução do contrato: apresentação dos documentos de cobrança de que tratam os incisos I, II e III do *caput* desta cláusula;
- c) criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias: apresentação dos documentos de cobrança de que tratam os incisos I, II e III do *caput* desta cláusula;
- d) veiculação: apresentação dos documentos de cobrança de que tratam os incisos I, II e III do *caput* desta cláusula, da demonstração do valor devido ao veículo, de sua tabela de preços, da indicação dos descontos negociados, dos correspondentes pedidos de inserção e, sempre que possível, do respectivo relatório de checagem, a cargo de empresa independente, nos termos parágrafo sétimo desta Cláusula.

PARÁGRAFO QUARTO

As despesas com distribuição de peças e material de não mídia executada por fornecedores de serviços especializados terão o tratamento previsto na alínea 'a' do inciso II do parágrafo terceiro.

PARÁGRAFO QUINTO

Os preços de tabela de cada inserção e os descontos negociados, de que trata o art. 15 da Lei Federal nº 12.232/2010, serão conferidos pelo gestor do contrato por ocasião da apresentação do Plano de Mídia pela CONTRATADA ao CONTRATANTE.

PARÁGRAFO SEXTO

No tocante à veiculação, além do previsto na alínea 'd' do inciso II do parágrafo terceiro, a CONTRATADA incumbida dos serviços fica obrigada a apresentar, sem ônus para o CONTRATANTE, os seguintes comprovantes:



GOVERNO DO ESTADO DE SÃO PAULO
SECRETARIA DE GOVERNO
UNIDADE DE COMUNICAÇÃO

I - Revista: exemplar original com o anúncio; cópia de parecer ou qualquer manifestação de empresa independente de auditoria credenciada pelo Conselho Executivo de Normas Padrão - CENP, que ateste a tiragem e distribuição desse exemplar. Na falta dessa auditoria, deve ser fornecida prova de tiragem por meio de declaração/certidão emitida, sob a égide do art. 299 do Código Penal Brasileiro, pela(s) gráfica(s) responsável(eis) pela impressão da edição específica em que foi publicado o anúncio, detalhando o número de exemplares destinados à venda avulsa, assinaturas e circulação gratuita (cortesia, degustação e reparte interno), bem como cópia autenticada das notas fiscais do serviço de impressão de referida tiragem, além de declaração, redigida pelo representante legal do veículo, também sob a égide do art. 299 do Código Penal Brasileiro, informando a tiragem e a relação dos pontos de distribuição com endereço de cada um deles;

II - Jornal: exemplar original com o anúncio; cópia de parecer ou qualquer manifestação de empresa independente de auditoria, credenciada pelo Conselho Executivo de Normas Padrão - CENP, que ateste a tiragem e distribuição desse exemplar. Na falta dessa auditoria, deve ser fornecida prova de tiragem por meio de declaração/certidão emitida, sob a égide do art. 299 do Código Penal Brasileiro, pela(s) gráfica(s) responsável(eis) pela impressão da edição específica em que foi publicado o anúncio, detalhando o número de exemplares destinados à venda avulsa, assinaturas e circulação gratuita (cortesia, degustação e reparte interno), bem como cópia autenticada das notas fiscais do serviço de impressão de referida tiragem, além de declaração, redigida pelo representante legal do veículo, também sob a égide do art. 299 do Código Penal Brasileiro, informando a tiragem e a relação dos pontos de distribuição com endereço de cada um deles;

III - Demais meios: relatório de checagem de veiculação, a cargo de empresa independente de auditoria, se não restar demonstrada, nos termos dos incisos XVIII ou XIX da Cláusula Quarta, perante o CONTRATANTE, a impossibilidade de fazê-lo.



PARÁGRAFO SÉTIMO

Nos casos em que restar demonstrada, nos termos dos incisos XVIII e XIX da Cláusula Quarta, a impossibilidade de obter o relatório de checagem, a cargo de empresa independente, a CONTRATADA deverá apresentar:

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

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

I.b) como alternativa ao conjunto de documentos previstos nos incisos I e I.a) deste parágrafo sétimo, a CONTRATADA poderá apresentar declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, emitida 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.

II - Mídia Exterior:

II.a - Mídia *Out Of 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;

II.b - *Mídia Digital Out Of Home*: relatório de exibição 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;

II.c - Carro de Som: relatório de veiculação 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;

III - Internet: relatório de gerenciamento fornecido pela empresa que veiculou as peças, preferencialmente com o *print* da tela.

PARÁGRAFO OITAVO

As formas de comprovação de veiculação em mídias não previstas nos incisos I, II e III do parágrafo sétimo serão estabelecidas formalmente pelo CONTRATANTE, antes da aprovação do respectivo Plano de Mídia.

PARÁGRAFO NONO

O pagamento das despesas será efetuado em 30 (trinta) dias após a apresentação dos documentos indicados no *caput* e nos parágrafo terceiro desta cláusula.



PARÁGRAFO DÉCIMO

Constitui condição para a realização dos pagamentos a inexistência de registros em nome da CONTRATADA no “Cadastro Informativo dos Créditos não Quitados de Órgãos e Entidades Estaduais- CADIN ESTADUAL”, o qual deverá ser consultado por ocasião da realização de cada pagamento. O cumprimento desta condição poderá se dar pela comprovação, pela CONTRATADA, de que os registros estão suspensos, nos termos do artigo 8º da Lei Estadual nº 12.799/2008.

PARÁGRAFO DÉCIMO PRIMEIRO

A CONTRATADA deverá apresentar, conforme o caso, Certificado de Regularidade de Situação do Fundo de Garantia do Tempo de Serviço - FGTS, Certidão Negativa de Débito junto à Previdência Social - CND, Certidão Conjunta Negativa de Débitos Relativos a Tributos Federais e à Dívida Ativa da União e certidões negativas de débitos expedidas pelo Estado e Município, se:

- I - não estiver cadastrada no CAUFESP;
- II - sua situação no CAUFESP apresentar documentação obrigatória vencida.

PARÁGRAFO DÉCIMO SEGUNDO

Caso se constate erro ou irregularidade na documentação de cobrança, o CONTRATANTE, a seu juízo, poderá devolvê-la, para as devidas correções, ou aceitá-la, com a glosa da parte que considerar indevida.

PARÁGRAFO DÉCIMO TERCEIRO

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

PARÁGRAFO DÉCIMO QUARTO

Havendo atraso nos pagamentos, incidirá correção monetária sobre o valor devido na forma da legislação aplicável, bem como juros moratórios, a razão de 0,5% (meio por cento) ao mês, calculados *pro rata temporis*, em relação ao atraso verificado.



PARÁGRAFO DÉCIMO QUINTO

O CONTRATANTE não pagará nenhum acréscimo por atraso de pagamento decorrente de fornecimento de serviços, por parte de qualquer das CONTRATADAS, no caso de ausência total ou parcial da documentação necessária à quitação da respectiva despesa, ou pendente de cumprimento cláusula contratual.

PARÁGRAFO DÉCIMO SEXTO

O CONTRATANTE poderá, por ocasião do pagamento, efetuar a retenção de tributos determinada por lei, ainda que não haja indicação de retenção na nota fiscal apresentada ou que se refira a retenções não realizadas em meses anteriores.

PARÁGRAFO DÉCIMO SÉTIMO

A realização de pagamentos não isentará a CONTRATADA das responsabilidades contratuais, quaisquer que sejam, nem implicará aprovação definitiva dos serviços por ela executados.

PARÁGRAFO DÉCIMO OITAVO

O CONTRATANTE não pagará nenhum compromisso, assumido por qualquer das CONTRATADAS, que lhe venha a ser cobrado diretamente por terceiros.

PARÁGRAFO DÉCIMO NONO

Os pagamentos a fornecedores e veículos de comunicação por serviços prestados serão efetuados pela CONTRATADA incumbida da realização dos serviços em até 15 (quinze) dias após o recebimento da ordem bancária do CONTRATANTE pela agência bancária pagadora.

PARÁGRAFO VIGÉSIMO

A CONTRATADA incumbida da realização dos serviços informará os pagamentos feitos a fornecedores e veículos a cada ordem bancária de pagamento emitida pelo CONTRATANTE e encaminhará relatório até o décimo quinto dia



de cada mês com a consolidação dos pagamentos efetuados no mês imediatamente anterior.

PARÁGRAFO VIGÉSIMO PRIMEIRO

Os dados e formato dos controles serão definidos pelo CONTRATANTE, e os relatórios deverão conter pelos menos as seguintes informações: data do pagamento do CONTRATANTE, data do pagamento da CONTRATADA, número da nota fiscal, valor pago e nome do favorecido.

PARÁGRAFO VIGÉSIMO SEGUNDO

O não cumprimento do disposto nos parágrafos décimo nono e vigésimo ou a falta de apresentação de justificativa plausível para o não pagamento no prazo estipulado poderá implicar a suspensão da liquidação das despesas da CONTRATADA que deixou de cumprir os aludidos itens, até que seja resolvida a pendência.

PARÁGRAFO VIGÉSIMO TERCEIRO

Não solucionada a pendência no prazo de 15 (quinze) dias, contado da notificação do CONTRATANTE, ficará caracterizada inexecução contratual.

PARÁGRAFO VIGÉSIMO QUARTO

Caracterizada a inexecução contratual pelos motivos expressos no parágrafo vigésimo segundo, o CONTRATANTE, nos termos da Cláusula Décima Quarta, poderá optar pela rescisão deste contrato em relação à CONTRATADA que não cumpriu com sua obrigação e/ou, em caráter excepcional, liquidar despesas e efetuar os respectivos pagamentos diretamente ao fornecedor de serviços especializados ou ao veículo, conforme o caso.

PARÁGRAFO VIGÉSIMO QUINTO

Para preservar o direito dos fornecedores e veículos em receber com regularidade pelos serviços prestados e pela venda de tempos e ou espaços, o CONTRATANTE poderá instituir procedimento alternativo de controle para efetuar os pagamentos mediante repasse, pela CONTRATADA



incumbida da realização dos serviços, dos valores correspondentes aos fornecedores e veículos, em operações bancárias concomitantes.

PARÁGRAFO VIGÉSIMO SEXTO

Os eventuais encargos financeiros, processuais e outros, decorrentes da inobservância, por qualquer das CONTRATADAS, de prazos de pagamento serão de sua exclusiva responsabilidade.

PARÁGRAFO VIGÉSIMO SÉTIMO

O CONTRATANTE, na condição de fonte retentora, fará o desconto e o recolhimento dos tributos e contribuições a que esteja obrigado pela legislação vigente ou superveniente, referente aos pagamentos que efetuar.

PARÁGRAFO VIGÉSIMO OITAVO

Os pagamentos serão realizados mediante depósito na conta corrente bancária em nome de cada CONTRATADA no Banco do Brasil S/A.

PARÁGRAFO VIGÉSIMO NONO

O recolhimento do Imposto sobre Serviços de Qualquer Natureza - ISSQN deverá ser feito em consonância com o artigo 3º e demais disposições da Lei Complementar Federal nº 116/2003, e respeitando as seguintes determinações:

- I - Quando da celebração do contrato, cada CONTRATADA deverá indicar a legislação municipal aplicável aos serviços por elas prestados, relativamente ao ISSQN, esclarecendo, expressamente, sobre a eventual necessidade de retenção do tributo, pelo tomador dos serviços;
- II - Caso se mostre exigível, à luz da legislação municipal, a retenção do ISSQN pelo tomador dos serviços:

a) O CONTRATANTE, na qualidade de responsável tributário, deverá reter a quantia correspondente do valor da nota-fiscal, fatura, recibo ou documento de cobrança equivalente apresentada e recolher a respectiva importância em nome das CONTRATADAS no prazo previsto na legislação municipal.



b) Para tanto, cada CONTRATADA deverá destacar o valor da retenção, a título de "RETENÇÃO PARA O ISS" ao emitir a nota fiscal, fatura, recibo ou documento de cobrança equivalente. Considera-se preço do serviço a receita bruta a ele correspondente, sem nenhuma dedução.

III - Caso, por outro lado, não haja previsão de retenção do ISSQN pelo tomador dos serviços:

a) cada CONTRATADA deverá apresentar declaração da Municipalidade competente com a indicação de sua data-limite de recolhimento ou, se for o caso, da condição de isenção;

b) Mensalmente cada CONTRATADA deverá apresentar comprovante de recolhimento do ISSQN por meio de cópias autenticadas das guias correspondentes ao serviço executado e deverá estar referenciado à data de emissão da nota fiscal, fatura ou documento de cobrança equivalente;

c) Caso, por ocasião da apresentação da nota fiscal, da fatura ou do documento de cobrança equivalente, não haja decorrido o prazo legal para recolhimento do ISSQN, poderão ser apresentadas cópias das guias de recolhimento referentes ao mês imediatamente anterior, devendo cada CONTRATADA apresentar a documentação devida quando do vencimento do prazo legal para o recolhimento.

d) a não apresentação dessas comprovações assegura ao CONTRATANTE o direito de sustar o pagamento respectivo e/ou os pagamentos seguintes.

CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA - GARANTIA DE EXECUÇÃO CONTRATUAL

A garantia de execução contratual, quando exigida pelo CONTRATANTE em decorrência da celebração do contrato, deverá obedecer às normas previstas no Edital indicado no preâmbulo deste instrumento.

CLÁUSULA DÉCIMA TERCEIRA - SANÇÕES PARA O CASO DE INADIMPLEMENTO

Se a CONTRATADA inadimplir as obrigações assumidas, no todo ou em parte, perante o CONTRATANTE ficará sujeita às sanções previstas nos artigos 86 a 88 da Lei Federal nº 8.666/1993 ou nos artigos 80 a 82 da Lei Estadual



nº 6.544/1989, nos termos do Edital indicado no preâmbulo deste instrumento e do seu **Anexo VII**.

CLÁUSULA DÉCIMA QUARTA - RESCISÃO

O contrato poderá ser rescindido, na forma, com as consequências e pelos motivos previstos nos artigos 77 a 80 e 86 a 88, da Lei Federal nº 8.666/1993.

PARÁGRAFO PRIMEIRO

A CONTRATADA reconhece desde já os direitos do CONTRATANTE nos casos de rescisão administrativa, prevista no artigo 79 da Lei Federal nº 8.666/1993, bem como no artigo 1º, §2º, item 3, do Decreto Estadual nº 55.938/2010, com a redação que lhe foi dada pelo Decreto Estadual nº 57.159/2011, na hipótese da configuração de trabalho em caráter não eventual por pessoas físicas, com relação de subordinação ou dependência, quando a CONTRATADA for sociedade cooperativa.

PARÁGRAFO SEGUNDO

O descumprimento das obrigações contratuais relativas à conformidade ao marco legal anticorrupção, previstas na Cláusula Quarta deste instrumento, poderá submeter a CONTRATADA à rescisão unilateral do contrato, a critério do CONTRATANTE, sem prejuízo da aplicação das sanções penais e administrativas cabíveis e, também, da instauração do processo administrativo de responsabilização de que tratam a Lei Federal nº 12.846/2013 e o Decreto Estadual nº 60.106/2014.

CLÁUSULA DÉCIMA QUINTA - COMPROMISSOS ÉTICOS E TRANSPARÊNCIA

As CONTRATADAS guiar-se-ão pelo Código de Ética dos profissionais de propaganda e pelas normas correlatas, com o objetivo de produzir publicidade que esteja de acordo com o Código de Defesa do Consumidor e demais leis vigentes, a moral e os bons costumes.



PARÁGRAFO PRIMEIRO

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

PARÁGRAFO SEGUNDO

As informações sobre a execução deste contrato, com os nomes dos fornecedores de serviços especializados e de veículos de divulgação, serão divulgadas no sítio do CONTRATANTE na internet, nos termos do artigo 16 da Lei federal nº 12.232/2010.

PARÁGRAFO TERCEIRO

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

CLÁUSULA DÉCIMA SEXTA - DISPOSIÇÕES FINAIS

Fica ainda ajustado que:

I - Consideram-se partes integrantes do presente contrato, como se nele estivessem transcritos:

a) o Edital indicado no preâmbulo deste instrumento, com todos os seus anexos;

b) as propostas técnica e de preços apresentadas pela CONTRATADA;

II - Aplicam-se às omissões deste contrato as disposições da Lei estadual nº 6.544/89, da Lei federal nº 8.666/93 e disposições regulamentares.

III - Para dirimir quaisquer questões decorrentes do contrato, não resolvidas na esfera administrativas, será competente o foro da Comarca da Capital do Estado de São Paulo.

E assim, por estarem às partes justas e contratadas, foi lavrado o presente instrumento em cinco vias de igual teor e forma que, lido e achado conforme pelas partes, vai por elas assinado para que produza



GOVERNO DO ESTADO DE SÃO PAULO
SECRETARIA DE GOVERNO
UNIDADE DE COMUNICAÇÃO

todos os efeitos de Direito, na presença das testemunhas abaixo identificadas.

São Paulo, ____ de _____ de 20XX.

CONTRATANTE

CONTRATADA

CONTRATADA

CONTRATADA

CONTRATADA

TESTEMUNHAS

NOME: _____

NOME: _____

RG nº _____

RG nº: _____



ANEXO V

AVALIAÇÃO BIMESTRAL DE AGÊNCIA DE PROPAGANDA

| | |
|--------------------------------|--|
| Agência avaliada | |
| Início da vigência do contrato | |
| Unidade gestora da publicidade | |
| Titular da unidade | |
| Nome e cargo do avaliador | |
| Assinatura do avaliador | |
| Endosso do titular | |
| Data da avaliação | |
| Outros participantes | |

| | |
|---------------------------------|--|
| Próxima avaliação prevista para | |
|---------------------------------|--|

I - Aspectos estratégicos

1. Entendimento dos problemas de comunicação do cliente. Conhecimento da problemática do anunciante, de sua inserção social e mercadológica, seus pontos fortes e fracos.

| | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
| | | | | | | | | | |

2. Uso de pesquisa para conhecimento dos segmentos dos públicos mais importantes no relacionamento publicitário do cliente; conhecimento de seus valores, atitudes, comportamentos e de seu modo de interagir com o cliente; conhecimento das expectativas do público-alvo em relação ao cliente.

| | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
| | | | | | | | | | |

3. Capacidade de identificar alternativas de abordagem publicitária e acuidade na escolha da melhor dentro as cogitadas. Conhecimento e análise das ações de comunicação realizadas pela concorrência ou por defensores de pontos de vista diversos ou contrários. Acompanhamento, por iniciativa e conta próprias, e utilização de pesquisas relacionadas com a área de atuação do cliente.



| | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
| | | | | | | | | | |

4. Visão estratégica: capacidade de articular conhecimentos sobre o cliente, os públicos, a comunicação concorrente ou adversa, os objetivos do cliente e as verbas disponíveis. Avaliação de campanhas realizadas e aproveitamento dos resultados em trabalhos subsequentes.

| | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
| | | | | | | | | | |

5. Disponibilidade dos profissionais de planejamento e pesquisa para discutir problemas com os técnicos do cliente.

| | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
| | | | | | | | | | |

II - Criação

1. Respeito ao público, à sua cultura e aos seus valores.

| | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
| | | | | | | | | | |

2. Pertinência, originalidade e simplicidade das ideias criativas.

| | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
| | | | | | | | | | |

3. Acerto das soluções propostas para os problemas apresentados; adequação ao *briefing*.

| | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
| | | | | | | | | | |

4. Engenhosidade na concepção das peças; capacidade de produzir surpresa e encanto, quando necessário.

| | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
| | | | | | | | | | |

5. Consistência da estratégia e dos partidos de criação propostos com os objetivos institucionais do cliente; respeito à personalidade institucional do cliente e à sua identidade visual, bem como à do Governo como um todo, considerando o SICOM.



GOVERNO DO ESTADO DE SÃO PAULO
SECRETARIA DE GOVERNO
UNIDADE DE COMUNICAÇÃO

| | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
| | | | | | | | | | |

6. Objetividade. A criação está realmente a serviço do cliente, e não da promoção da capacidade criativa da agência.

| | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
| | | | | | | | | | |

7. Conhecimento do setor e das ações de comunicação concorrentes ou adversas, revelado ou implícito nas soluções apresentadas.

| | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
| | | | | | | | | | |

8. Manutenção de bons padrões de acabamento, amadurecimento das idéias e correção das informações nas peças apresentadas para exame e aprovação (*layouts, textos, roteiros, storyboards*).

| | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
| | | | | | | | | | |

9. Domínio de novos materiais, novas técnicas de produção e linguagens; atualização constante.

| | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
| | | | | | | | | | |

10. Rapidez.

| | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
| | | | | | | | | | |

11. Integração com o atendimento e o planejamento

| | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
| | | | | | | | | | |

12. Acesso dos representantes do cliente ao pessoal de criação

| | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
| | | | | | | | | | |



III - Produção

1. Qualidade artística e artesanal. Competência para preservar e incrementar a qualidade de textos, roteiros, layouts e originais em geral. Acabamento.

| | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
| | | | | | | | | | |

2. Adequação, propriedade. Integração com o atendimento.

| | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
| | | | | | | | | | |

3. Capacidade de cumprir prazos, sem sacrifício da qualidade.

| | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
| | | | | | | | | | |

4. Prática de custos compatíveis com os de mercado, especialmente em comparação com o setor privado. Rapidez na apresentação de estimativas de custos.

| | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
| | | | | | | | | | |

5. Capacidade de buscar soluções de produção que reduzam custos. Planejamento visando à economia na utilização dos materiais produzidos.

| | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
| | | | | | | | | | |

6. Domínio de novas técnicas, processos e materiais. Atualização.

| | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
| | | | | | | | | | |

7. Cumprimento de compromissos assumidos por ocasião da licitação

| | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
| | | | | | | | | | |



IV - Mídia: planejamento e pesquisa

1. Acompanhamento regular, por meio de estudos e pesquisas, da evolução dos hábitos de consumo de comunicação do público em geral e, em especial, dos segmentos mais importantes para a comunicação do cliente.

| | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
| | | | | | | | | | |

2. Iniciativa na prospecção de novos meios.

| | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
| | | | | | | | | | |

3. Capacidade de formular raciocínio estratégico em mídia.

| | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
| | | | | | | | | | |

4. Competência para simular alternativas de *mix* de mídia e indicar a melhor cobertura do público-alvo, à vista dos objetivos e recursos do cliente.

| | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
| | | | | | | | | | |

V - Compra e acompanhamento de mídia

1. Competência negocial para obter boas colocações nas inserções, oportunidades especiais, descontos sobre preços de tabelas, bonificações, reaplicações, prazos de pagamento em benefício do cliente.

| | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
| | | | | | | | | | |

2. Discrção.

| | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
| | | | | | | | | | |

3. Entrosamento com o atendimento. Rapidez e forma de apresentação dos planos de mídia.



GOVERNO DO ESTADO DE SÃO PAULO
SECRETARIA DE GOVERNO
UNIDADE DE COMUNICAÇÃO

| | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
| | | | | | | | | | |

4. Agilidade para propor reformulações do plano ou da programação diante de alterações de conjuntura.

| | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
| | | | | | | | | | |

5. Compatibilidade da execução da compra com a verba designada pelo cliente

| | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
| | | | | | | | | | |

6. Capacidade de conseguir compensações por falha do veículo (tais como truncamento da inserção, defeito de impressão), inclusive colocações inaceitáveis.

| | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
| | | | | | | | | | |

7. Sistemática de checagem das veiculações em todos os meios; confiabilidade dos instrumentos de aferição empregados na checagem.

| | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
| | | | | | | | | | |

8. Atendimento aos veículos de comunicação e divulgação e encaminhamento de propostas formuladas por esses ao cliente.

| | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
| | | | | | | | | | |

VI - Metas

1. Atingimento de metas e objetivos institucionais e mercadológicos, comprovado em pesquisas de campo e definidos pelo cliente.

| | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
| | | | | | | | | | |

VII - Grupo de atendimento



GOVERNO DO ESTADO DE SÃO PAULO
SECRETARIA DE GOVERNO
UNIDADE DE COMUNICAÇÃO

1. Conhecimento do cliente e das ações de comunicação concorrentes ou adversas.

| | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
| | | | | | | | | | |

2. Disponibilidade. Pontualidade. Rapidez e tempestividade. Eficácia da sistemática de registro de reuniões/visitas/telefonemas e no acompanhamento de pendências.

| | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
| | | | | | | | | | |

3. Objetividade e racionalidade. Interesse e disponibilidade para debater e considerar opiniões diversas das da agência. Honestidade e franqueza na defesa de trabalhos e opiniões.

| | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
| | | | | | | | | | |

4. Capacidade de manter o trabalho da agência dentro do planejamento estratégico.

| | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
| | | | | | | | | | |

5. Entrosamento com todas as áreas da agência. Capacidade de relacionar-se positivamente com o pessoal das áreas-fim do cliente.

| | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
| | | | | | | | | | |

6. Rapidez na correção de falhas de procedimento apontadas. Capacidade de manter padrão de qualidade adequado nos materiais trazidos para aprovação (materiais bem elaborados e amadurecidos no âmbito da agência, quanto à forma e ao conteúdo).

| | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
| | | | | | | | | | |

7. Confiabilidade. Capacidade e disposição.



GOVERNO DO ESTADO DE SÃO PAULO
SECRETARIA DE GOVERNO
UNIDADE DE COMUNICAÇÃO

| | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
| | | | | | | | | | |

VIII - Administração e finanças

1. Organização

| | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
| | | | | | | | | | |

2. Correção dos dados e documentos

| | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
| | | | | | | | | | |

3. Rapidez e forma de apresentação de faturas

| | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
| | | | | | | | | | |

4. Administração de pagamentos. Segurança e rapidez nos pagamentos a terceiros, por conta do cliente

| | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
| | | | | | | | | | |

IX - Serviços especiais

1. Disponibilização regular de:

- Pesquisas sobre hábitos de consumo de comunicação;
- Levantamento de investimentos publicitários da concorrência;
- Serviços de *clipping*;
- Coletânea de campanhas e peças sobre temas correlatos;
- Textos atuais sobre tendências e inovações em comunicação e *marketing*;
- Palestras sobre temas de interesse profissional;
- Vagas em eventos relacionados à atividade-fim do cliente e à área de comunicação e *marketing*.

| | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
| | | | | | | | | | |



X - Atendimento global

1. Participação e envolvimento dos dirigentes da agência

| | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
| | | | | | | | | | |

2. Capacidade de atuar decisivamente e fornecer resultados de qualidade

| | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
| | | | | | | | | | |

3. Qualificação do conjunto de profissionais alocados ao atendimento da conta, em todas as áreas da agência. Observância da prática de consultar o cliente antes da substituição de profissionais alocados a seu atendimento.

| | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
| | | | | | | | | | |

4. Rapidez e pontualidade das soluções para os problemas apresentados.

| | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
| | | | | | | | | | |

5. Estrutura, na cidade sede do cliente, compatível com as necessidades deste.

| | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
| | | | | | | | | | |

6. Cumprimento dos compromissos assumidos por ocasião da licitação, inclusive os relacionados a custos.

| | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
| | | | | | | | | | |

7. Envolvimento global com os problemas e necessidades do cliente.

| | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
| | | | | | | | | | |



GOVERNO DO ESTADO DE SÃO PAULO
SECRETARIA DE GOVERNO
UNIDADE DE COMUNICAÇÃO

RESULTADOS

| Item | Descrição | Pontuação obtida |
|------|----------------------------------|------------------|
| I | Aspectos estratégicos | |
| II | Criação | |
| III | Produção | |
| IV | Mídia: planejamento e pesquisa | |
| V | Compra e acompanhamento de mídia | |
| VI | Metas | |
| VII | Grupo de atendimento | |
| VIII | Administração e finanças | |
| IX | Serviços especiais | |
| X | Atendimento global | |
| | Total geral | |

4



TABELA DE AVALIAÇÃO

| | Nível | |
|------------|--------------------|-------------------------|
| I | Excelente | 496 a 560 pontos |
| II | Muito bom | 432 a 495 pontos |
| III | Bom | 368 a 431 pontos |
| IV | Médio | 304 a 367 pontos |
| V | Razoável | 246 a 303 pontos |
| VI | Inaceitável | até 245 pontos |

COMENTÁRIOS

J



ANEXO VI

MANUAL PARA SELEÇÃO INTERNA DE AGÊNCIA DE PROPAGANDA CONTRATADA

1. Objetivo

- 1.1. Este Manual estabelece os procedimentos internos de seleção de agência de publicidade contratada a serem adotados consoante o estabelecido na Lei federal nº 12.232/2010.
- 1.2. Constituem ações de publicidade, para fins deste Manual, os serviços elencados na Lei federal nº 12.232/2010, os quais são objeto dos contratos firmados com agências, com exceção das ações de publicidade legal e dos serviços descritos nos contratos de eventos, assessoria de imprensa e comunicação digital, uma vez que se constituem em objeto de outros contratos independentes.

2. Referências Legais

- 2.1. Lei Federal n.º 8.666, de 21 de junho de 1993 e Lei n.º 6.544 de 22 de novembro de 1989 e alterações posteriores.
- 2.2. Lei Federal n.º 12.232, de 29 de abril de 2010.
- 2.3. Lei Federal n.º 4.680, de 18 de junho de 1965.
- 2.4. Lei n.º 13.121, de 07 de julho de 2008.
- 2.5. Decreto federal n.º 57.690, de 1.º de fevereiro de 1966, alterado pelo Decreto federal n.º 4.563, de 31 de dezembro 2002.
- 2.6. Decreto n.º 43.833, de 08 de fevereiro de 1999.
- 2.7. Decreto n.º 52.040, de 07 de agosto de 2007 e Decreto nº 64.061/19;
- 2.8. Normas e Instruções expedidas pelo órgão central do Sistema de Comunicação do Governo do Estado de São Paulo – SICOM.
- 2.9. Normas-Padrão da Atividade Publicitária do Conselho Executivo de Normas Padrão - CENP.

3. Do procedimento administrativo para seleção interna da agência de publicidade

- 3.1. O procedimento de seleção de agência de publicidade contratada para realização de ações de publicidade será iniciado com a abertura de



processo administrativo, preferencialmente em formato digital, podendo também constituir-se em autos próprios, a partir da Solicitação de Ação de Comunicação Publicitária - SAC, devidamente numerada em ordem sequencial, divididas em dois tipos de solicitações:

3.1.1. SAC - Solicitação de Ação de Comunicação Publicitária, onde a ação de comunicação desenvolvida não envolve a elaboração de plano de mídia para sua execução;

3.1.2. SAC-MID - Solicitação de Ação de Comunicação Publicitária com Mídia, onde a ação de comunicação, necessariamente, envolve também o planejamento e execução de planos de mídia para sua veiculação, para sua plena execução.

3.2. Constarão do processo se solicitação de ação de comunicação, em ambos os casos acima citados;

- a) numeração única e sequencial para cada exercício financeiro, em ordem crescente, em cada uma das solicitações;
- b) data de sua expedição;
- c) assunto/tema a ser abordado;
- d) contexto do assunto/tema;
- e) objetivo da ação de comunicação;
- f) problema/questão a ser enfrentada;
- g) público alvo da ação de comunicação;
- h) sugestão de meios, formatos, peças e materiais a serem criados;
- i) identificação do órgão interessado;
- j) dotação orçamentária a ser onerada;
- k) prazo para entrega da proposta;
- l) estimativa de recursos necessários;
- m) obrigatoriedades;
- n) mais informações e
- o) contato.

3.3. Os documentos comprobatórios dos atos processuais e administrativos serão arquivados, preferencialmente em formato digital, podendo ainda ser juntados aos autos do procedimento, notadamente os formulários descritos neste manual, e a juntada deve respeitar, na medida do possível, a ordem cronológica de sua elaboração.



3.4. O andamento e a circulação da SAC deverá ocorrer, preferencialmente, por sistema eletrônico/digital.

3.5. Os procedimentos pertinentes ao recebimento, liquidação e pagamento dos serviços deverão fazer referência ao número das SAC's que deram origem aos serviços executados a serem pagos.

3.6. Os formulários necessários à execução dos procedimentos deste Manual são aqueles constantes dos anexos deste manual.

4. Do objeto das Solicitações de Ação de Comunicação e de sua origem

4.1. Os órgãos setoriais do Sistema de Comunicação do Estado de São Paulo - SICOM, interessados na realização de ação de comunicação publicitária, encaminharão à Unidade Central do SICOM suas necessidades e todas as demais informações que possibilitem a elaboração formal de Solicitações de Ações de Comunicação, quer seja de SAC ou de SAC - MID, a ser providenciada pela Coordenação de Marketing da Unidade de Comunicação.

4.1.1. Qualquer SAC poderá ter origem também em áreas da própria Unidade de Comunicação, diretamente ou por proposta de suas agências contratadas.

4.2. À Coordenação de Marketing caberá a análise da solicitação para os devidos ajustes e considerações, inclusive quanto à disponibilidade orçamentária.

4.3. Após a sua aprovação e/ou adequação apenas a Coordenação de Marketing poderá dar início aos procedimentos descritos nos itens 3 a 5 deste manual.

4.4. Após a realização de todos os procedimentos descritos no item 3 a 5 deste Manual, a realização da ação de comunicação selecionada, só poderá ser iniciada mediante a autorização expressa da Coordenação de Marketing.

4.5. Quando, no decorrer da execução da ação de comunicação (SAC ou SAC-MID), for identificada a necessidade de se criar mais peças ou ampliar o plano de mídia já autorizado, será aberta nova SAC ou SAC-MID Complementar, com remissão expressa à anterior, ampliando-se as ações de comunicação conforme a necessidade.



5. Das etapas do procedimento de seleção interna das agências

5.1. A seleção interna das agências contratadas para a execução das ações de comunicação publicitárias, quer seja uma SAC, quer seja uma SAC-MID, será realizada considerando-se as seguintes diretrizes técnicas:

- a) Objetivos específicos indicados na SAC ou SAC - MID;
- b) Critérios técnicos que regulam a atividade publicitária no Brasil (Lei federal n.º 4.680, de 18 de junho de 1965, Decreto federal n.º 57.690, de 1.º de fevereiro de 1966, alterado pelo Decreto federal n.º 4.563, de 31 de dezembro 2002 e Normas-Padrão da Atividade Publicitária do Conselho Executivo de Normas Padrão - CENP); e
- c) Princípios que regem a atividade administrativa, notadamente o da economicidade, da eficiência e da razoabilidade.

5.2. A seleção da agência de publicidade que irá desenvolver a Ação de Comunicação ocorrerá sempre justificadamente e observados as diretrizes acima apontadas, podendo se dar das seguintes formas:

- 1) Ocorrendo a solicitação de uma Ação de Comunicação (SAC ou SAC-MID) cujo objeto já tenha sido desenvolvido anteriormente em outra ação de comunicação, poder-se-á dar preferência para a agência contratada que realizou a ação anterior, diante do conhecimento técnico e da "expertise" já desenvolvida, desde que:
 - a.1. sejam passíveis de reaproveitamento o conhecimento técnico e a ideia criativa proposta no trabalho executado anteriormente;
 - a.2. que a execução da ação de comunicação anterior tenha sido avaliada como satisfatória e adequada pelo contratante.
- 2) Para a execução de ação de comunicação publicitária, uma vez não adotada a providência prevista no item anterior, a Coordenação de Marketing deverá dar início ao processo de seleção interna de agência de publicidade contratada, como indicado no item 3 deste manual.

5.3. Na seleção da agência de publicidade contratada, para execução de ação de comunicação publicitária inédita (SAC ou SAC - MID), deve-se adotar as seguintes providências:



a) cientificação de todas as agências contratadas, pela Coordenação de Marketing, sobre a emissão da referida SAC ou SAC-MID, possibilitando que participem do processo seletivo, a ser comprovado por qualquer meio legal (missiva escrita, mensagem eletrônica, etc.);

b) apresentação, por parte das agências interessadas em participar da seleção, de um plano de comunicação, atendendo a tudo que consta da SAC emitida pela Coordenação de Marketing, que será avaliado com base nos critérios constantes do item 5 deste manual.

5.4. Em ambos os casos, tanto na emissão de SAC, quanto da SAC-MID, a Coordenação de Marketing consignará os critérios e a justificativa que consubstanciaram sua escolha e determinará a cientificação do resultado às agências participantes.

5.5. Caso nenhuma das propostas apresentadas pelas agências contratadas para atendimento à SAC / SAC-MID seja considerada adequada, a Coordenação de Marketing fixará novo prazo para que as agências apresentem novas propostas.

5.6. Entendendo necessário, a Coordenação de Marketing convocará as agências para realização de reunião que tenha por finalidade a elucidação de dúvidas e divulgação de dados e informes que servirão para embasar a apresentação ou reapresentação de propostas pelas agências de publicidade contratadas, o que também poderá ocorrer por via eletrônica, desde que comprovadamente.

5.6.1. Tal providência poderá também ocorrer caso ocorra pedido expresso das agências contratadas.

5.7. Em casos excepcionais e para garantir o interesse público, o responsável pela aprovação das Ações de Comunicação poderá sugerir que, ocorrendo a hipótese de existirem duas ou mais agências proponentes que tenham ofertado soluções criativas as quais, integradas, venham a compor, de forma mais completa, um resultado mais satisfatório, do ponto de vista técnico, possam ambas as propostas serem executadas (total ou parcialmente) para atendimento à SAC / SAC-MID de forma partilhada. Tal possibilidade visará o perfeito atendimento à necessidade da Administração Pública, de forma que sua execução se dará de acordo com a



divisão de atribuições a ser definida pela Coordenação de Marketing, na proporção da utilização parcial ou total de cada uma das propostas, e desde que as agências interessadas concordem com tal encaminhamento.

5.7.1. No caso do parágrafo anterior, poderá ocorrer a divisão da SAC emitida, com a necessária anuência das agências envolvidas, expressamente, mesmo que pela via eletrônica. Quando então cada parte receberá o mesmo número sequencial seguido da letra A, B ou C.

5.8. O responsável pela aprovação das propostas de Ação de Comunicação apresentadas para atendimento a todas às SAC's / SAC-MID's, poderá solicitar esclarecimentos técnicos adicionais ou quaisquer outras informações às agências, diligenciando como entender necessário para possibilitar a realização do julgamento da seleção.

5.9. Deverão ser anexados aos autos ou arquivados de forma eletrônica (digitalizada) todos os documentos utilizados no procedimento de seleção.

6. Dos critérios para seleção das propostas de ação de comunicação

6.1. Os critérios que nortearão a seleção da proposta mais adequada serão os que seguem abaixo apontados, podendo ser utilizados cada um deles de forma isolada ou cumulativamente de acordo com a adequação e o tipo de ação de comunicação solicitada.

6.2. Em caso de SAC (Solicitação de Ação de Comunicação Publicitária) ou SAC-MID (Solicitação de Ação de Comunicação Publicitária com Mídia), deve-se adotar os seguintes critérios de seleção:

- a) estrutura e coerência entre a necessidade expressada e a solução apresentada;
- b) adequação e consistência estratégica frente às necessidades expressadas;
- c) compreensão das necessidades do contratante e dos objetivos buscados pela ação de comunicação;
- d) inovação e originalidade das soluções criativas propostas;
- e) pertinência e adequação das soluções criativas apresentadas tendo em vista o público alvo;
- f) adequação da linguagem e/ou layout das peças propostas com a finalidade institucional do contratante; e/ou



g) clareza e objetividade.

7. Do encerramento dos procedimentos administrativos de seleção

7.1. Uma vez selecionada a agência de publicidade contratada, após a ciência de todas as agências de publicidade contratadas, o procedimento administrativo respectivo (SAC ou SAC-MID), deverá ser encerrado e arquivado.

8. Da execução e comprovação das ações de comunicação autorizadas

8.1. Na execução da Ação de Comunicação, inclusive no tocante à contratação de serviços complementares de terceiros, deverão ser observadas as regras constantes do edital convocatório do certame e do contrato celebrado entre as partes além das disposições contidas na legislação mencionada no preâmbulo deste manual.

8.2. A agência de publicidade responsável pela execução da Ação de Comunicação autorizada deverá seguir, quanto à comprovação, todas as regras existentes no contrato firmado entre as partes, apresentando para fins de faturamento todos os documentos, comprovantes, orçamentos, dados, informes e tabelas necessárias, que comporão o devido procedimento administrativo para pagamento.

8.3. Além do supra indicado, quando for o caso de SAC-MID, os custos e despesas de veiculação apresentados ao contratante para pagamento deverão ser acompanhados da demonstração do valor devido ao veículo, de sua tabela de preços, da descrição dos descontos negociados e dos pedidos de inserção correspondentes, bem como de relatório de checagem de veiculação, a cargo de empresa independente, sempre que possível.

UNIDADE DE COMUNICAÇÃO



ANEXO VII

RESOLUÇÃO SGGE-68, DE 27-10-99

Dispõe sobre aplicação de multas nos contratos celebrados no âmbito da Secretaria do Governo e Gestão Estratégica, previstas nos arts. 79, 80 e 81 da Lei 6.544-89, combinados com os arts. 86 e 87 da Lei 8.666-93

O Secretário do Governo e Gestão Estratégica de acordo com o art. 99, VI, alínea a, do Dec. 21.984-84, resolve:

SEÇÃO I

DAS DISPOSIÇÕES GERAIS

Artigo 1º - O atraso injustificado no cumprimento dos prazos previstos nos contratos administrativos celebrados no âmbito da Secretaria do Governo e Gestão Estratégica ou sua inexecução total ou parcial, sujeitará a contratada à multa, na forma prevista nesta resolução, sem prejuízo das demais sanções legais.

Artigo 2º - A contagem dos prazos de entrega ou execução será feita em dias corridos, iniciando-se no primeiro dia útil subsequente à data estabelecida no instrumento contratual.

Parágrafo 1º - Só se iniciam e vencem os prazos referidos neste artigo em dia de expediente na Secretaria do Governo e Gestão Estratégica.

Parágrafo 2º - Será considerada como entrega imediata aquela que ocorrer em até 3 (três) dias, contados na forma deste artigo.

Artigo 3º - O atraso na execução dos ajustes estará configurado a partir do primeiro dia útil subsequente ao do encerramento do prazo estabelecido no contrato para o cumprimento da obrigação.

Artigo 4º - A reincidência no descumprimento do prazo de entrega ou execução ensejará a aplicação da multa em dobro.

SEÇÃO II

DA MULTA POR ATRASO

Artigo 5º - Nos contratos de compra e serviços o atraso injustificado sujeitará a contratada à multa moratória, calculada à razão de 0,1% ao dia sobre o valor ajustado, excluída, quando for o caso, a parcela correspondente aos impostos destacados no documento fiscal.

Artigo 6º - O atraso injustificado superior a 60 (sessenta) dias corridos será considerado inexecução, salvo razões de interesse público expostos no ato da autoridade competente para a contratação.

Artigo 7º - O atraso injustificado na execução do contrato de obras e serviços de engenharia sujeitará a contratada à multa moratória diária, calculada sobre o valor da etapa indicada no cronograma, incluída a atualização contratual, se for o caso, na seguinte proporção:



- I - atrasos de até 30 (trinta) dias - 0,2% ao dia;
- II - atrasos superiores a 30 (trinta) dias - 6% mais 0,4% ao dia a partir do 31º dia, limitados esses atrasos a 60 (sessenta) dias, sem prejuízo da rescisão unilateral do ajuste por ato da Administração.

SEÇÃO III

DA MULTA POR INEXECUÇÃO TOTAL OU PARCIAL

Artigo 8º - Pela recusa na assinatura do contrato, de sua aceitação ou retirada do instrumento equivalente ou, ainda, pela inexecução do seu objeto, parcial ou totalmente, a Administração aplicará multa de 20% sobre o valor da obrigação não cumprida.

Parágrafo Único - Se a recusa for motivada em fato impeditivo relevante, devidamente comprovada e superveniente à apresentação da proposta, a multa poderá ser relevada por ato motivado da autoridade competente para a contratação.

SEÇÃO IV

DA APLICAÇÃO DA MULTA

Artigo 9º - Configurado o descumprimento de obrigação contratual, a contratada será intimada por escrito, para, querendo, defender-se no prazo de 5 (cinco) dias úteis, contados do primeiro dia útil subsequente à data da comunicação da infração e da penalidade a que estará sujeita.

Parágrafo Único - A autoridade competente para a contratação decidirá, motivadamente, e, no mesmo ato, aplicará a multa, quando for o caso. Publicada a decisão de aplicação da multa no Diário Oficial do Estado, a contratada terá prazo de 5 (cinco) dias úteis para efetuar o recolhimento do respectivo valor.

Artigo 10 - Juntamente com a pena pecuniária prevista no art. 8º, poderão ser aplicadas as penalidades de suspensão temporária de participação em licitação, impedimento de contratar com a Administração e declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com a Administração Pública, sem prejuízo da rescisão unilateral do ajuste.

Parágrafo único - A aplicação da multa prevista nos arts. 5º e 7º, de natureza moratória, não impede a aplicação superveniente da multa, de natureza compensatória, prevista no art., 8º, cumulando-se os respectivos valores.

Artigo 11 - Independentemente das sanções estabelecidas no art. 8º e no caput do art. 10, a contratada, em razão de sua inadimplência, arcará, ainda, a título de perdas e danos, com a correspondente diferença de preços verificada em nova contratação, se nenhum dos classificados remanescentes aceitar a contratação nos termos propostos pela inadimplente.



SECÃO V
DAS DISPOSIÇÕES FINAIS

Artigo 12 - As disposições desta resolução aplicam-se, também, aos ajustes efetuados com dispensa e inexigibilidade de licitação.

Artigo 13 - Os valores das multas não recolhidas no prazo serão descontados da garantia do respectivo contrato ou dos pagamentos devidos à contratada. Na impossibilidade, a cobrança será feita judicialmente.

Parágrafo Único - Serão aplicados juros moratórios à razão de 1/2% ao mês, às multas não recolhidas até o vencimento.

Artigo 14 - Os instrumentos convocatórios deverão fazer menção à presente resolução.

Artigo 15 - Esta resolução entrará em vigor na data de sua publicação, revogadas as disposições em contrário e, em especial, a Resolução SG 15, de 23-3-84.