



PREFEITURA MUNICIPAL DE SÃO CARLOS

São Carlos, Capital da Tecnologia

ESTUDO TÉCNICO PRELIMINAR

O presente estudo tem como objetivo analisar os elementos essenciais relacionados à licitação para contratação de serviços de publicidade, prestados por intermédio de agência de propaganda, com vistas a melhor atender às necessidades de comunicação publicitária da Prefeitura Municipal de São Carlos, bem como promover maior adequabilidade e segurança operacional à execução dos serviços, mitigando eventuais inconsistências com os dispositivos legais e normativos vinculados à matéria.

1. OBJETO

Contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agência de propaganda, de interesse do Município de São Carlos cujo objeto inclui 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 objetivo de promover a venda de bens ou serviços de qualquer natureza, difundir ideias ou informar o público em geral.

2. DESCRIÇÃO DA NECESSIDADE DA CONTRATAÇÃO

O presente estudo tem como objetivo analisar os elementos essenciais relacionados à licitação para contratação de serviços de publicidade, prestados por intermédio de agência de propaganda, com vistas a melhor atender às necessidades de comunicação publicitária da Prefeitura Municipal de São Carlos, bem como promover maior adequabilidade e segurança operacional à execução dos serviços, mitigando eventuais inconsistências com os dispositivos legais e normativos vinculados à matéria.

Cabe à Secretaria Municipal de Cidade Inteligente e Transparência planejar, coordenar, supervisionar e controlar as ações de comunicação da Prefeitura Municipal, que abrange as ações de publicidade e propaganda institucional.

Para o desenvolvimento e a execução das ações de comunicação da Prefeitura Municipal de São Carlos, entre elas a publicidade de natureza institucional e de utilidade pública, o Município dispõe de orçamento específico previsto no Plano de Contratações Anual – 2025.

A comunicação da Prefeitura Municipal de São Carlos baseia-se no princípio constitucional da publicidade, que garante o direito da população e o dever do



PREFEITURA MUNICIPAL DE SÃO CARLOS

São Carlos, Capital da Tecnologia

administrador de divulgar os atos praticados pela Administração, a fim de que os cidadãos possam tomar conhecimento e as providências necessárias ao controle da legalidade, da moralidade e da eficiência das atividades do Município.

Em atenção aos preceitos constitucionais, a publicidade dos atos, programas e dos serviços públicos deve ter caráter educativo, informativo ou de orientação social e deve estar vinculada a objetivos sociais e de interesse público, cumprindo a importante função institucional de fortalecimento da cidadania e promoção da transparência e do controle social, além da valorização da atuação da Prefeitura Municipal perante a sociedade.

Ressalta-se que, dentre as ferramentas de comunicação social, a publicidade absorve parte significativa dos investimentos públicos, na medida em que envolve a aquisição de tempo e espaço de mídia nos diversos veículos de comunicação e divulgação, para transmissão das mensagens da Administração Pública à toda a sociedade.

Para desempenhar esse papel de forma adequada e eficaz, observada a legislação em vigor, a Prefeitura Municipal de São Carlos necessita aliar as competências de suas equipes internas à expertise de agência de propaganda contratada por meio de processo licitatório, a qual dispõe dos conhecimentos técnicos, profissionais qualificados e instrumentos capazes de oferecer as melhores soluções publicitárias às necessidades de comunicação apresentadas, com vistas a contribuir para o atingimento dos objetivos do Município e a rentabilização dos investimentos e recursos públicos envolvidos no desenvolvimento das ações publicitárias.

A presente licitação visa a aprimorar os dispositivos contratuais constantes da contratação anterior, de forma a promover maior adequabilidade e segurança operacional à execução dos serviços, mitigando eventuais inconsistências com os dispositivos legais e normativos vinculados à matéria.

3. DISPOSITIVOS LEGAIS E NORMATIVO VINCULADOS À CONTRATAÇÃO

Lei 12.232/2010 que dispõe sobre licitações de serviços publicitários pela Administração Pública Federal, Estadual e Municipal;

Lei n. 14.133/21, lei geral que dispõe sobre licitações pela Administração Pública;

Lei 4.680/65 que dispõe sobre o exercício da profissão de Publicitário e de Agenciador de Propaganda;



PREFEITURA MUNICIPAL DE SÃO CARLOS

São Carlos, Capital da Tecnologia

Decreto n. 57.690/66 que regulamenta a aplicação da Lei n. 4.680/65;

Decreto n. 4.563/2002 que altera o Regulamento aprovado pelo Decreto n. 57.690/66 para execução da Lei 4.680/65.

4. DEMONSTRAÇÃO DA PREVISÃO DA CONTRATAÇÃO NO PLANO DE CONTRATAÇÕES ANUAL

A contratação está prevista no Plano de Contratações Anual da Secretaria Municipal de Cidade Inteligente e Transparência, exercício de 2025, que trata da prestação de serviços terceirizados de apoio administrativo e operacional às unidades escolares. Essa previsão reforça o alinhamento da demanda com o planejamento institucional da pasta e com a diretriz de assegurar ambientes adequados ao ensino e à aprendizagem, conforme metas do plano de governo municipal.

5. REQUISITOS DA CONTRATAÇÃO

A presente licitação seguirá as determinações e os ritos dispostos na legislação específica para a contratação de uma agência de propaganda, com a aplicação complementar das leis pertinentes, item 3. A contratação não envolve a especificação prévia dos produtos e serviços a serem prestados no decorrer da execução contratual.

O instrumento convocatório dessa licitação não exigirá projeto básico ou executivo, uma vez que tais elementos são substituídos pelo briefing a ser apresentado pela Prefeitura Municipal, com dados para o desenvolvimento de uma campanha publicitária simulada, como forma de avaliação técnica das licitantes.

Por outro lado, a legislação determina que a prestação de serviços de publicidade deve ocorrer, necessariamente, por meio de agência de propaganda.

A Prefeitura Municipal de São Carlos, em cumprimento de suas atribuições legais, entre elas a promoção de publicidade de natureza institucional e de utilidade pública, deve ser atendida com apoio técnico de agência de publicidade a ser contratada por meio de processo licitatório, para a prestação dos serviços publicitários, conceituados como:

“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 objetivo de promover a venda de bens ou serviços de qualquer natureza, difundir ideias ou informar o público em geral.”



PREFEITURA MUNICIPAL DE SÃO CARLOS

São Carlos, Capital da Tecnologia

E de acordo com a referida lei, nas contratações de serviços de publicidade, poderão ser incluídos como atividades complementares os serviços especializados pertinentes:

- ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas;
- à produção e à execução técnica das peças e projetos publicitários criados;
- à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando à expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias.

Vale destacar que os serviços aderentes às novas tecnologias somente poderão ser executados como formas inovadoras quando estiverem diretamente relacionados às ações de publicidade desenvolvidas no âmbito da contratação e que eles não estão restritos aos veículos de comunicação e divulgação no meio internet, tendo em vista que as inovações e os formatos não tradicionais que visam potencializar os efeitos das mensagens podem ser concebidos tanto pelas plataformas on-line (redes sociais, mecanismos de busca na internet, etc), como pelas plataformas off-line (revista, jornal, etc).

As cláusulas dispostas na minuta do contrato observarão as determinações da legislação e buscarão contemplar o maior detalhamento possível das condições a serem estabelecidas no relacionamento com a agência, dadas as características da atividade publicitária e as exigências legais as quais se submetem.

A agência, a partir de sua sede, atenderá o Município, estabelecida em território nacional, disponibilizando os profissionais que forem necessários para esse atendimento, sem ter que montar, necessariamente, uma estrutura física neste município, na medida em que a proximidade pode ser adequadamente obtida com os recursos digitais disponíveis que apoiam o atendimento e o relacionamento, sem gerar prejuízos aos serviços prestados.

No entanto, com vistas a garantir excelência na prestação dos serviços, além de um profissional de atendimento, devem ser estabelecidos os perfis de profissionais e seus quantitativos para composição de uma equipe mínima no quadro da contratada, para atendimento da Prefeitura Municipal.

Ressalta-se que a execução contratual poderá ser realizada pelos profissionais da agência, situados em outros estados, o que agrega uma série de benefícios para a Administração, em decorrência da expertise diversificada desses profissionais.

Dessa forma, os serviços a serem prestados devem ser claramente estabelecidos no termo contratual, sendo as condições de sua operacionalização definidas pela própria agência contratada, a seu critério ou em comum acordo, conforme a especificidade de cada serviço.



PREFEITURA MUNICIPAL DE SÃO CARLOS

São Carlos, Capital da Tecnologia

Será estabelecido um prazo de 05 (cinco) dias úteis, para comprovação dos pagamentos realizados a fornecedores especializados e veículos de comunicação.

O desempenho global da contratada será periodicamente avaliado e a execução dos serviços será acompanhada e fiscalizada pelos gestores e fiscais do contrato, para o fiel cumprimento das cláusulas contratuais.

Com vistas a proporcionar maior controle por parte da Prefeitura Municipal e segurança no uso dos investimentos públicos, devem ser aperfeiçoados os dispositivos relacionados à comprovação das veiculações, no âmbito da execução contratual, estabelecendo a obrigação de as agências elaborarem relatórios de checagem, com os dados brutos que os originaram.

Esses requisitos são considerados essenciais para garantir a efetiva execução do objeto e o atendimento aos padrões de qualidade exigidos pela Administração.

6. ESTIMATIVAS DAS QUANTIDADES PARA A CONTRATAÇÃO

A contratação dos serviços publicitários não envolve a quantificação prévia e estimada dos produtos e serviços a serem executados no decorrer da execução contratual.

Diferentemente dos serviços de natureza comum, que são constituídos por tarefas que podem ser executadas mecanicamente ou segundo técnicas, protocolos e métodos pré-estabelecidos e conhecidos, para os quais caberia a modalidade pregão em sua contratação, os serviços de publicidade possuem natureza intelectual, na medida em que a sua contratação envolve, basicamente, a expertise das agências de propaganda na proposição das soluções publicitárias mais adequadas para atingimento dos objetivos de comunicação estabelecidos em cada demanda.

Como os serviços publicitários não são previamente estabelecidos no instrumento edilício, serão eles realizados durante a vigência do contrato administrativo, para criação, desenvolvimento, produção e veiculação de peças e campanhas publicitárias a critério da necessidade e conveniência da Administração Pública, motivo porque não há possibilidade de que seja estimado previamente um quantitativo de produtos e serviços a serem prestados no decorrer da execução contratual, que depende diretamente de cada solução publicitária aprovada.

O planejamento estratégico de comunicação da Prefeitura Municipal também não é capaz de fornecer subsídios para um levantamento prévio dos quantitativos estimados dos produtos e serviços a serem executados, na medida em que esses dependem das linhas criativas e das estratégias de comunicação a serem propostas pela contratada, no âmbito do desenvolvimento de cada campanha. Por outro lado, a publicidade também é uma



PREFEITURA MUNICIPAL DE SÃO CARLOS

São Carlos, Capital da Tecnologia

ferramenta utilizada pela Prefeitura Municipal para apoiar a superação dos desafios de comunicação enfrentados diariamente pelo município, os quais estão sujeitos às imprevisibilidades do cenário político, econômico e social.

7. LEVANTAMENTO DE MERCADO

O objeto do contrato de serviços de publicidade encontra-se claramente definido na legislação pertinente.

Dessa forma a solução a ser contratada atende plenamente às necessidades da Prefeitura Municipal e está disciplinada pela lei, sendo a publicidade uma das ferramentas de comunicação social reconhecidamente utilizadas pela Administração Pública em sua política de comunicação.

Para atendimento à necessidade identificada, foi realizado levantamento de mercado com a análise de alternativas possíveis, considerando aspectos técnicos e econômicos.

As soluções avaliadas incluíram diferentes formas de execução, modelos operacionais e tecnologias disponíveis, levando em conta as práticas usuais da Administração Pública e as condições do mercado fornecedor.

Após análise comparativa, verificou-se que a solução escolhida apresenta a melhor relação custo-benefício, aliando viabilidade técnica, sustentabilidade orçamentária e compatibilidade com a estrutura administrativa do órgão demandante.

A justificativa técnica e econômica da escolha baseia-se em critérios como eficiência na execução, redução de riscos, experiência do mercado, e economicidade, sendo esta, portanto, a alternativa mais adequada para atender ao interesse público.

EXEMPLO PRÁTICO: Para atendimento da demanda, foram analisadas as seguintes alternativas:

- Execução direta por equipe própria, com aquisição de insumos pela Secretaria;
- Contratação de empresa especializada apenas para fornecimento de mão de obra;
- Contratação de empresa especializada com fornecimento de mão de obra, materiais e equipamentos.

A primeira alternativa foi descartada em razão da indisponibilidade de equipe própria suficiente e da dificuldade de gestão de pessoal operacional.

A segunda alternativa apresenta riscos operacionais, pois exige aquisição paralela de insumos e equipamentos, além de fiscalização intensiva.

A terceira alternativa mostrou-se mais vantajosa, pois permite a execução integral do serviço pela contratada, com maior eficiência, menor sobrecarga administrativa e melhor controle de resultados.



PREFEITURA MUNICIPAL DE SÃO CARLOS

São Carlos, Capital da Tecnologia

Além disso, é a solução mais utilizada em experiências anteriores e apresenta compatibilidade com a capacidade orçamentária da Pasta.

Dessa forma, opta-se pela contratação de empresa especializada com fornecimento completo dos recursos necessários, por ser a opção mais viável técnica e economicamente.

8. ESTIMATIVA DO VALOR PARA CONTRATAÇÃO

O valor da presente contratação de serviços de publicidade, pelo período de 12 meses está estimado em R\$10.500.000,00 (dez milhões e quinhentos mil reais) com base nos dados constantes do Plano de Contratações Anual – 2025.

Tal valor decorre da análise dos gastos históricos do Município com serviços de publicidade institucional e campanhas oficiais, considerando a média dos últimos exercícios financeiros e a projeção de demandas futuras das diversas Secretarias Municipais. A metodologia adotada observa, portanto, a real necessidade da Administração, buscando assegurar a adequação orçamentária e a compatibilidade com a execução contratual.

Cabe destacar que, no presente certame, o critério de julgamento será “técnica e preço”, em conformidade com o art. 36, inciso II, da Lei nº 14.133/2021 e art. 5º da Lei nº 12.232/2010, de modo que, no quesito preço, será avaliada a agência de publicidade que apresentar o maior desconto sobre a Tabela Referencial de Valores do SINAPRO (Sindicato das Agências de Propaganda), que poderá ser consultada através do link: <https://www.sinaprosp.org.br/beneficios/https-www-sinaprosp-org-br-utilidades-tabelas/>.

Dessa forma, o valor estimado serve como referência máxima para a contratação, preservando a competitividade entre os licitantes e garantindo que o Município obtenha as melhores condições de mercado, tanto sob o aspecto da qualidade técnica quanto da vantajosidade econômica.

A contratação dos serviços publicitários não envolve o levantamento prévio das estimativas de preços dos produtos e serviços a serem praticados no decorrer da execução contratual.

A agência a ser contratada será remunerada na forma estabelecida pelo edital e pela minuta do contrato administrativo, com base nos preços de mercado estabelecidos referencialmente pelas Normas-Padrão da Atividade Publicitária e anteriormente referida.



PREFEITURA MUNICIPAL DE SÃO CARLOS

São Carlos, Capital da Tecnologia

No decorrer da execução contratual, o fornecimento de bens e serviços por terceiros especializados exigirá a apresentação pelas agências contratadas, de no mínimo 03 (três) orçamentos obtidos entre pessoas, físicas ou jurídicas, previamente cadastradas pela Prefeitura Municipal, que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido, conforme a legislação.

Na contratação de veículos de comunicação e divulgação para distribuição das peças publicitárias desenvolvidas no âmbito de uma campanha, serão praticados os valores constantes das respectivas tabelas de preços, aplicados os descontos negociados com a Prefeitura Municipal conforme disposto na legislação.

9. DESCRIÇÃO DA SOLUÇÃO COMO UM TODO

Considerando a natureza do objeto e as necessidades operacionais da Administração, a contratação deverá adotar o seguinte regime de execução indireta.

Os serviços prestados de forma contínua são definidos como: “serviços contratados e compras realizadas pela Administração Pública para a manutenção da atividade administrativa, decorrentes de necessidades permanentes ou prolongadas.”

A interrupção da prestação dos serviços de publicidade pode gerar danos ao Município pela descontinuidade de atividades estratégicas previstas no planejamento do município, bem como impor obstáculo à efetivação do princípio da publicidade previsto na Constituição Federal.

É por meio da agência de propaganda a ser contratada que a Prefeitura Municipal obterá os serviços de produção e execução técnica de peças, materiais e projetos publicitários, prestados por fornecedores especializados, com a intermediação e supervisão da agência, bem como que realizará a distribuição dessas peças junto aos veículos de comunicação, nos termos da legislação aplicável.

Ademais, eventual interrupção dos serviços de publicidade prestados por intermédio de agência de publicidade impediria o município, ainda que temporariamente, de cumprir o objetivo estratégico de relacionamento e comunicação com a sociedade.

Dessa forma, considerando a relevância das ações de publicidade no posicionamento institucional da Prefeitura Municipal, frente aos desafios e aos problemas que se apresentam no dia a dia, entende-se pertinente manter a previsão no edital da possibilidade de prorrogação dos contratos, até o limite decenal, conforme disposições da legislação.

Vale destacar que a prorrogação dos contratos de publicidade, além de não ferir os dispositivos legais vinculados à matéria, vai ao encontro da jurisprudência do Tribunal de Contas da União – TCU, o qual entende que a definição de um serviço como sendo



PREFEITURA MUNICIPAL DE SÃO CARLOS

São Carlos, Capital da Tecnologia

continuado depende de suas características específicas, ou seja, depende do exame de cada caso concreto.

O objeto do contrato de serviços de publicidade envolve: “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 objetivo de promover a venda de bens ou serviços de qualquer natureza, difundir ideias ou informar o público em geral.”

A legislação estabelece que nessas contratações possam ser incluídos os seguintes serviços especializados, como atividades complementares:

- 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;
- à produção e à execução técnica das peças e projetos publicitários criados;
- à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando à expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias.

De acordo com a mesma lei, os contratos de serviços de publicidade terão como objeto somente as atividades descritas acima, sendo vedada a inclusão de quaisquer outras atividades, em especial as de assessoria de imprensa, comunicação e relações públicas ou as que tenham por finalidade a realização de eventos festivos de qualquer natureza.

Quanto às pesquisas e avaliações, a legislação aplicável torna passível de execução apenas àquelas que tenham finalidade específica de aferir o desenvolvimento estratégico, a criação e a veiculação e de possibilitar a mensuração dos resultados das campanhas publicitárias realizadas na execução contratual, sendo vedada a inclusão de qualquer matéria estranha ou que não guarde pertinência temática com a ação de publicidade ou com o objeto do contrato.

Desse modo, a partir dos estudos realizados, constata-se que, para a descrição da solução como um todo, pode-se afirmar que a propensa contratação será operacionalizada nos moldes até aqui estabelecidos pela Prefeitura Municipal com destaque aos pontos abaixo discriminados:

- Prazo de cinco dias úteis para fins de comprovação, pela agência contratada, dos pagamentos realizados a fornecedores especializados e veículos de comunicação e divulgação;
- Inclusão de que a agência contratada apresente os relatórios emitidos, na contratação das empresas de checagem, sempre que possível;



PREFEITURA MUNICIPAL DE SÃO CARLOS

São Carlos, Capital da Tecnologia

- Exclusão da exigência da contratada em manter estrutura física no Município da Prefeitura;
- Eventual readequação dos perfis e quantitativos de profissionais para composição de uma equipe mínima no quadro das contratadas, para atendimento imediato e permanente da Prefeitura Municipal.

10. JUSTIFICATIVAS PARA O PARCELAMENTO OU NÃO DA CONTRATAÇÃO

O parcelamento do serviço objeto deste edital não se mostra tecnicamente viável, uma vez que é mais satisfatória do ponto de vista da eficiência técnica, por manter a qualidade do serviço, já que planejamento e execução permanecem a cargo da mesma agência de publicidade. Visa-se também a garantia da unidade no trabalho de comunicação desenvolvido, pois os serviços listados são complementares na realização do serviço de comunicação integrada, não sendo assim objetos divisíveis, de naturezas distintas, que justifiquem uma separação por lotes com vistas à ampliação da competitividade.

Os serviços de publicidade são realizados pela agência de forma integrada, ou seja, estudo, concepção, criação de peças e campanhas publicitárias e intermediação na contratação de serviços especiais de publicidade, inclusive de pesquisas e formas inovadoras de comunicação, além da contratação da mídia.

Conforme a legislação, considera-se serviços de publicidade: “o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o objetivo de promover a venda de bens ou serviços de qualquer natureza, difundir ideias ou informar o público em geral.”

Nestes termos, caberá à única agência contratada, de forma integrada, responder ao contratante pelas atividades elencadas no normativo, desde os estudos iniciais até a divulgação das ações pretendidas. Não se aplica, portanto, a figura do parcelamento da solução no caso concreto de contratação de agência de propaganda para prestação de serviços de publicidade de natureza contínua.

Assim sendo, a contratação dos serviços especializados prestados por fornecedores da agência, previstos na legislação, não caracteriza fracionamento da solução. A execução externa de partes complementares do objeto (produção e veiculação) é efetuada mediante intermediação da agência contratada, por conta e ordem do contratante, isto é, da Prefeitura Municipal.



PREFEITURA MUNICIPAL DE SÃO CARLOS

São Carlos, Capital da Tecnologia

Ademais, compete à agência a supervisão da execução externa, que consiste em orientação, coordenação e controle da execução do objeto do contrato.

Destarte, revela-se desnecessária a divisão da conta publicitária em lotes, expediente eventualmente adotado em âmbito estadual e federal por meio do qual divide-se a conta publicitária para atendimento a secretarias e/ou ministérios.

11. DEMONSTRATIVO DOS RESULTADOS PRETENDIDOS

Com a contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agência de propaganda, a Prefeitura Municipal pretende desempenhar, com maior eficiência, sua atribuição de orientar, assim como concretizar seu objetivo estratégico de relacionamento e comunicação com a sociedade, divulgando as ações do município.

Ao desenvolver uma publicidade mais assertiva, a Prefeitura Municipal também ampliará a eficiência do orçamento destinado para esse fim, o que caracteriza uso responsável dos recursos públicos.

Ressalta-se que a expertise da agência contratada, com profissionais qualificados e instrumentos capazes de oferecer as melhores e mais inovadoras soluções publicitárias para apoiar a atuação da Prefeitura Municipal, aliada com as dinâmicas de execução dos serviços previstas no instrumento contratual, possibilita maior celeridade ao desenvolvimento da publicidade do Município e, conseqüentemente, melhor atendimento das necessidades de comunicação da Prefeitura Municipal, no enfrentamento dos desafios institucionais vivenciados no dia a dia.

A agência de propaganda contratada tornar-se-á responsável pela intermediação e supervisão da contratação corriqueira de fornecedores especializados para produção e execução das peças e materiais publicitários desenvolvidos no decorrer da execução contratual, bem como a contratação dos inúmeros veículos de comunicação e divulgação utilizados para disseminação das mensagens.

Neste trabalho, a Prefeitura Municipal prioriza o atingimento dos objetivos de comunicação estabelecidos para cada campanha, buscando atingir o maior número de público possível com as mensagens mais adequadas, com vistas a concorrer pela atenção e pelo entendimento do cidadão, frente ao imenso volume de conteúdos divulgados pela iniciativa privada e dos espaços publicitários exíguos.

E a expertise técnica da agência de propaganda contratada em processo licitatório apoia as equipes internas da Prefeitura Municipal por meio da proposição das estratégias de



PREFEITURA MUNICIPAL DE SÃO CARLOS

São Carlos, Capital da Tecnologia

comunicação mais adequadas e assertivas para composição da equação: o que dizer, como dizer, o que ressaltar, quando dizer, onde dizer, quanto investir.

Além de caracterizar um direito do cidadão e um dever da administração em divulgar seus atos, medidas e a destinação dos recursos públicos, a publicidade cumpre ainda o importante papel de orientar, educar e mobilizar a população para que a mesma possa usufruir dos serviços colocados à disposição ou adotar posturas positivas que tragam benefícios reais para a vida em sociedade.

Dessa forma, com a contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agência de propaganda, a Prefeitura Municipal pretende agregar maior adequabilidade, qualidade e eficiência ao processo de implementação da política de comunicação deste município, trazendo maior transparência aos atos de gestão, além de contribuir para maior efetividade do exercício da cidadania pela população.

12. PROVIDÊNCIAS A SEREM ADOTADAS PELA ADMINISTRAÇÃO PREVIAMENTE À CELEBRAÇÃO DO CONTRATO

De acordo com a Lei 12.232/2010 e com a lei 14.133/21, os trabalhos das diversas fases do certame estarão a cargo de:

- **Comissão de Contratação**, a ser constituída e nomeada de acordo com as regras vigentes e designada por esta Administração Pública para administrar todo o processo licitatório;
- **Subcomissão Técnica** a ser constituída e designada exclusivamente para o julgamento das Propostas Técnicas, de acordo com o previsto nos parágrafos 1º. e 2º do artigo 10 da Lei 12.232/2010, a ser composta por pessoas formadas em comunicação, publicidade ou marketing ou que atuem em uma dessas áreas.

Conforme disposto na lei 12.232/2010, a presente licitação deverá adotar para a composição da Subcomissão Técnica a quantidade mínima de 03 (três) membros, sendo pelo menos um deles sem vínculo funcional com a Prefeitura Municipal, com base nas experiências positivas vivenciadas em licitações anteriores.

A Prefeitura Municipal se reserva o direito de contratar profissional(is) técnico(s) de notória especialização, nos termos do art. 75, inciso XIII da Lei n. 14.133/21, para compor a Subcomissão Técnica na qualidade de membro(s) externo(s).



PREFEITURA MUNICIPAL DE SÃO CARLOS

São Carlos, Capital da Tecnologia

Serão adotadas providências para o cadastramento de 09 (nove) nomes a serem submetidos a sorteio dos membros da Subcomissão Técnica, nos termos da Lei n. 12.232/201, sendo a ordem de suplência sorteada entre os demais nomes remanescentes, para convocação nos eventuais casos de impedimento de algum dos titulares.

A condução dos demais procedimentos licitatórios será da competência da Comissão de Contratação, nos termos da lei 14.133/21 (art. 6º, inciso L).

13. CONTRATAÇÕES CORRELATAS E/OU INTERDEPENDENTES

Não se aplica, na medida em que, de acordo com as dinâmicas contratuais, a agência de propaganda ficará responsável pela intermediação e supervisão da contratação de fornecedores especializados e de veículos de comunicação e divulgação necessários para o desenvolvimento das ações de publicidade, por ordem e conta da Prefeitura Municipal.

14. DESCRIÇÃO DE POSSÍVEIS IMPACTOS AMBIENTAIS

A presente contratação deverá contemplar conteúdo específico vinculado às práticas de sustentabilidade pelas agências de propaganda, no âmbito da cláusula de Obrigações da Contratada, da seguinte forma: “adotar, na execução dos serviços, boas práticas de sustentabilidade ambiental, de otimização de recursos, de redução de desperdícios e de redução da poluição.”.

15. POSICIONAMENTO CONCLUSIVO

Considerando o conteúdo acima disposto, declaramos que a presente contratação apresenta-se viável em todos os aspectos, na medida em que será utilizado orçamento específico alocado no plano de comunicação, sob responsabilidade da Prefeitura Municipal, para esse fim e que o objeto da contratação é compatível com as competências institucionais da Prefeitura, que possui em sua estrutura interna uma área técnica preparada para a condução dos serviços a serem prestados por intermédio da agência de propaganda contratada, bem como para a gestão e fiscalização do contrato.

Ressalta-se, ainda, que a Prefeitura Municipal observa rigorosamente todos os dispositivos legais e normativos vinculados à matéria, minimizando eventuais riscos de questionamentos por parte de órgãos de controle e auditoria.



PREFEITURA MUNICIPAL DE SÃO CARLOS

São Carlos, Capital da Tecnologia



Documento assinado digitalmente

VITOR HUGO QUEIROZ CARDOSO DA CUNHA

Data: 24/09/2025 16:20:55-0300

Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Funcionário Responsável

Secretaria Municipal de Cidade Inteligente e Transparência



Assinado de forma
digital por MATEUS DE
AQUINO:28399622842
Dados: 2025.09.24
16:12:59 -03'00'

MATEUS DE AQUINO

Secretário Municipal de Cidade Inteligente e Transparência



PREFEITURA MUNICIPAL DE SÃO CARLOS

São Carlos, Capital da Tecnologia

TERMO DE REFERÊNCIA

1. OBJETO

O presente Termo de Referência tem como finalidade primordial a estruturação do processo licitatório para a contratação de serviços de publicidade, a serem providos por agência de propaganda, em benefício do Município de São Carlos.

O escopo do objeto abrange:

- o estudo aprofundado, o planejamento estratégico, a conceituação, a concepção e a criação de campanhas;
- a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa;
- a distribuição de material publicitário aos veículos e demais meios de divulgação.

O propósito fundamental destas ações é a promoção da comercialização de bens ou serviços de qualquer natureza, a difusão de ideias ou a disseminação de informações ao público em geral.

Adicionalmente, integram o objeto desta concorrência, como atividades complementares, os serviços especializados relacionados a:

- planejamento e execução de pesquisas, bem como de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes à execução contratual;
- desenvolvimento e implementação de formas inovadoras de comunicação publicitária, visando à ampliação dos efeitos das mensagens, em consonância com as novas tecnologias;
- produção e execução técnica das peças e/ou materiais criados pela agência contratada.

As pesquisas e demais instrumentos de avaliação mencionados terão como finalidade:

- a geração de conhecimento acerca do mercado e do ambiente de atuação do governo municipal de São Carlos, do público-alvo e dos veículos de divulgação nos quais as campanhas ou peças serão veiculadas;



PREFEITURA MUNICIPAL DE SÃO CARLOS

São Carlos, Capital da Tecnologia

- a aferição do desenvolvimento estratégico, da criação e da divulgação das mensagens;
- a viabilização da mensuração dos resultados das campanhas ou peças, sendo vedada a inclusão de conteúdo alheio ou sem pertinência temática com a ação publicitária em questão.

2. DISPOSITIVOS LEGAIS E NORMATIVO VINCULADOS À CONTRATAÇÃO

Lei 12.232/2010 que dispõe sobre licitações de serviços publicitários pela Administração Pública Federal, Estadual e Municipal;

Lei n. 14.133/21, lei geral que dispõe sobre licitações pela Administração Pública;

Lei 4.680/65 que dispõe sobre o exercício da profissão de Publicitário e de Agenciador de Propaganda;

Decreto n. 57.690/66 que regulamenta a aplicação da Lei n. 4.680/65;

Decreto n. 4.563/2002 que altera o Regulamento aprovado pelo Decreto n. 57.690/66 para execução da Lei 4.680/65.

3. DESCRIÇÃO DA NECESSIDADE DA CONTRATAÇÃO

A Secretaria Municipal de Cidade Inteligente e Transparência da Prefeitura Municipal de São Carlos detém a incumbência de assessorar o Chefe do Executivo Municipal nas áreas de comunicação social, promovendo a divulgação das iniciativas do Governo Municipal e de seus órgãos. A Secretaria Municipal de Cidade Inteligente e Transparência visa, ademais, disseminar informações de interesse público, coordenar e monitorar a criação e veiculação da publicidade institucional referente a planos, programas, projetos e ações, estabelecendo políticas e diretrizes com o objetivo de assegurar um fluxo contínuo de informação à sociedade.

A gestão municipal tem mantido seu compromisso inabalável com a transformação e a edificação de uma sociedade caracterizada por maior justiça social e equidade. Este compromisso fundamenta-se no diálogo permanente com a comunidade do município, no respeito aos indivíduos e, sobretudo, na elaboração de projetos governamentais e políticas públicas que priorizam o bem-estar da população local.



PREFEITURA MUNICIPAL DE SÃO CARLOS

São Carlos, Capital da Tecnologia

As ações do Município têm sido direcionadas por quatro eixos estruturantes, de caráter intersetorial e transversal, sem prejuízo da emergência de novas demandas ao longo da gestão. Estes eixos, intrinsecamente integrados e indivisíveis, permeiam as demais iniciativas e são os seguintes:

- O enfrentamento das disparidades sociais por meio de um conjunto articulado de políticas, programas, projetos e ações, visando garantir o efetivo exercício da cidadania pela população e a contínua criação de oportunidades que assegurem o usufruto dos direitos sociais, políticos e culturais a todos;
- A gestão fiscal responsável e a modernização da administração pública, que refletem o compromisso com a aplicação criteriosa dos recursos públicos, assegurando a abrangência das políticas com oportunidades de emprego, trabalho, renda e cidadania, e possibilitando a modernização contínua da estrutura administrativa;
- A promoção do desenvolvimento inclusivo, que espelha a luta constante e persistente pela construção de oportunidades de maior acesso da população aos benefícios decorrentes do desenvolvimento sustentável, com foco nas pessoas e em suas demandas econômicas, sociais, culturais e ambientais, bem como na valorização da cultura e das identidades da população.
- A ampliação da infraestrutura e logística para o desenvolvimento equitativo, com o objetivo de reestruturar as ações nesta área, visando à acessibilidade e à utilização democrática dos espaços públicos, na perspectiva de garantir a mobilidade de pessoas e bens no território municipal e de identificar novas possibilidades para qualificar a experiência cotidiana do cidadão.

Infere-se, portanto, que uma governança eficaz demanda uma comunicação igualmente eficaz com a sociedade. Tal comunicação implica a construção de canais eficientes para transmitir aos munícipes o conhecimento sobre os atos administrativos e de gestão do Governo Municipal, ao mesmo tempo em que se estabelece um processo contínuo de escuta das aspirações da população.

A contemporânea sociedade da informação caracteriza-se pela imperatividade de respostas céleres e por uma cultura marcadamente orientada para os relacionamentos internos e externos. As transformações observadas concentram-se, precipuamente, nas modalidades e nos prazos de distribuição de informações, resultantes das inovações tecnológicas e da relevância atribuída ao desenvolvimento social.

O panorama da comunicação também experimentou transformações significativas com a incorporação de novas tecnologias. Estas, por um lado, oferecem recursos ampliados e, por outro, aceleram os processos e alteram uma cultura tradicional de relacionamento



PREFEITURA MUNICIPAL DE SÃO CARLOS

São Carlos, Capital da Tecnologia

entre as comunidades interna e externa das organizações. Consequentemente, observa-se a veiculação de notícias via satélite e por redes que conferem crescente autonomia comunicacional ao cidadão, a redução da prestação de serviços públicos presenciais e o crescente envolvimento da mídia com o mercado. Em suma, todos os indícios apontam para uma profunda metamorfose na cultura de comunicação da sociedade contemporânea.

Constata-se, por conseguinte, que a comunicação governamental, com o propósito de prestar contas, estimular o engajamento popular nas políticas adotadas e promover o reconhecimento das ações desenvolvidas nos âmbitos político, econômico e social, reveste-se de importância vital para o alcance das metas estabelecidas.

4. DESCRIÇÃO DA SOLUÇÃO COMO UM TODO

A contratação de serviços publicitários pela Administração Pública deve ser precedida de processo licitatório correspondente, sob pena de as autoridades responsáveis incorrerem em infrações legais, inclusive aquelas decorrentes da prática de atos de improbidade administrativa, entre outras sanções.

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

Os serviços que constituem o objeto da presente Concorrência serão contratados com agência de propaganda cujas atividades sejam regulamentadas pela Lei nº 4.680/65 e que tenham obtido certificado de qualificação técnica de funcionamento, em conformidade com a Lei nº 12.232/2010.

Serão aplicadas, complementarmente à lei específica de publicidade, outras leis federais e seus decretos regulamentadores, bem como decretos municipais que regulamentam a contratação de serviços no âmbito da Administração Pública Municipal Direta e Indireta do Município de São Carlos, conforme item 2.

O procedimento licitatório será conduzido, excepcionalmente, na modalidade presencial, com a apresentação física das propostas técnica e de preço, bem como dos documentos de habilitação. A manutenção da forma presencial justifica-se pela exigência legal de garantia do sigilo na não identificação dos licitantes no Plano de Comunicação



PREFEITURA MUNICIPAL DE SÃO CARLOS

São Carlos, Capital da Tecnologia

Publicitária – Via Não Identificada, conforme o disposto no artigo 6º, inciso IV da Lei Federal nº 12.23/2010.

Adotar-se-á a modalidade “concorrência” no processo licitatório, em consonância com as disposições do artigo 6º, inciso XXXVIII da Lei nº 14.133/21. O critério de julgamento será “técnica e preço”, considerando que os serviços de publicidade são reconhecidos como serviços técnicos especializados de natureza predominantemente intelectual, motivo pelo qual este critério foi selecionado, atendendo às disposições do artigo 36, parágrafo 1º, inciso I da Lei supracitada.

Considerando que os serviços publicitários institucionais são reconhecidos como de natureza contínua, o contrato a ser firmado entre a Prefeitura Municipal de São Carlos e a licitante vencedora do certame poderá ser prorrogado nos termos do artigo 107 da Lei nº 14.133/21, desde que tal prorrogação esteja prevista no edital licitatório e que a autoridade competente ateste que as condições e os preços permanecem vantajosos para a Administração, sendo permitida a negociação com o contratado ou a extinção contratual sem ônus para qualquer das partes.

5. REQUISITOS E ESPECIFICAÇÕES

O objeto da presente licitação deverá ser fornecido/executado em estrita conformidade com as disposições e condições estabelecidas neste edital e em seus Anexos.

Objetivo Específico: Os projetos e campanhas abrangem o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa, bem como a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação. Esta alínea visa primordialmente atender ao princípio da publicidade e ao direito à informação, com o intuito de difundir ideias, princípios, iniciativas ou instituições e de informar o público em geral.

Adicionalmente, integram o objeto desta Concorrência, como atividades complementares, os serviços especializados pertinentes a:

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



PREFEITURA MUNICIPAL DE SÃO CARLOS

São Carlos, Capital da Tecnologia

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

As atividades de promoção, patrocínio, relações públicas, assessorias de comunicação e de imprensa, bem como aquelas que tenham por finalidade a realização de eventos festivos, não se confundem com o objeto desta licitação e, portanto, estão excluídas da contratação.

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

Item	Descrição / Especificação	Tipo de item
01	Contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agência de propaganda, de interesse do Município de São Carlos cujo objeto inclui 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 objetivo de promover a venda de bens ou serviços de qualquer natureza, difundir ideias ou informar o público em geral.	Prestação de serviços

6. PRAZO DE EXECUÇÃO E VIGÊNCIA DA CONTRATO

A duração inicial do contrato será de 12 (doze) meses, com possibilidade de prorrogação, mediante acordo entre as partes, por iguais e sucessivos períodos, com vistas à obtenção de preços e condições mais vantajosas para a Administração, limitada ao período decenal, conforme disposto no artigo 107 da Lei 14.133/21, com base na avaliação de desempenho da contratada, realizada periodicamente pela Prefeitura Municipal.

Os preços poderão ser reajustados pelo IPCA - IBGE, desde que transcorridos 12 meses, contados da data-base do orçamento fornecido pela contratada, na forma disposta no artigo 25, parágrafo 7º. da Lei Federal nº 14.133 de 2021.



PREFEITURA MUNICIPAL DE SÃO CARLOS

São Carlos, Capital da Tecnologia

7. MODELO DE GESTÃO DO CONTRATO

A CONTRATANTE fiscalizará a execução dos serviços contratados e verificará o cumprimento das especificações técnicas, podendo rejeitá-lo, no todo ou em parte, quando não corresponderem ao desejado ou especificado, mediante anuência da Secretaria Municipal de Cidade Inteligente e Transparência.

Serão designados um Fiscal ou gestor titular e um substituto para executar a fiscalização deste contrato e registrar em relatório todas as ocorrências, deficiências, irregularidades ou falhas porventura observadas na execução dos serviços. Estes terão, entre outros, poderes para notificar a CONTRATANTE, visando à imediata correção com a anuência da Secretaria Municipal de Cidade Inteligente e Transparência.

Além das atribuições previstas neste contrato e na legislação aplicável, caberá ao fiscal ou gestor verificar o cumprimento das cláusulas contratuais relativas aos honorários devidos à CONTRATADA e às condições de contratação de fornecedores de serviços especializados pela CONTRATADA.

A fiscalização exercida pela CONTRATANTE não restringe, em absoluto, a responsabilidade única, integral e exclusiva da CONTRATADA pela perfeita execução dos serviços.

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

A CONTRATADA adotará 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 a CONTRATANTE.

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

A ausência de comunicação por parte da CONTRATANTE, referente a irregularidades ou falhas, não exime a CONTRATADA de suas responsabilidades.

A CONTRATADA permitirá e oferecerá 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.



PREFEITURA MUNICIPAL DE SÃO CARLOS

São Carlos, Capital da Tecnologia

A CONTRATADA se obriga a permitir que a auditoria interna da CONTRATANTE e/ou auditoria externa, por ela indicada, tenha acesso a todos os documentos que digam respeito aos serviços prestados à CONTRATANTE.

É facultado à CONTRATANTE o acompanhamento de todos os serviços objeto deste contrato, em conjunto com representante credenciado pela CONTRATADA.

7.1 CONDIÇÕES DE EXECUÇÃO

Constituem obrigações da CONTRATADA, além das demais previstas neste Termo de Referência ou dele decorrentes:

- Operar como uma organização completa e fornecer serviços de elevada qualidade.
- Realizar, com seus próprios recursos ou, quando necessário, mediante a intermediação na contratação de fornecedores nos termos do edital, todos os serviços relacionados com o objeto deste contrato, de acordo com as especificações estipuladas pela CONTRATANTE.
- Empregar os profissionais indicados para fins de comprovação da capacidade de atendimento na elaboração dos serviços objeto deste contrato, admitida sua substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior, desde que previamente aprovada pela CONTRATANTE.
- Enviesar esforços para obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores e veículos e transferir à CONTRATANTE as vantagens obtidas.
- As vantagens obtidas em negociação de aquisição de mídia, direta ou por intermédio da CONTRATADA, incluindo eventuais descontos e bonificações na forma de tempo, espaço ou publicações concedidas por veículos de divulgação, pertencem à CONTRATANTE.
- O disposto sobre planos de incentivo não abrange aqueles eventualmente concedidos por veículos à CONTRATADA, conforme a legislação específica.
- O desconto por antecipação de pagamento será igualmente transferido à CONTRATANTE, caso esta venha a quitar o compromisso antes do prazo estipulado.
- A CONTRATADA não poderá, em hipótese alguma, sobrepor os planos de incentivo aos interesses da CONTRATANTE, preterindo veículos de divulgação que não os concedam ou priorizando aqueles que os ofereçam. A condução na escolha desses veículos deverá sempre pautar-se em pesquisas e dados técnicos comprovados.



PREFEITURA MUNICIPAL DE SÃO CARLOS

São Carlos, Capital da Tecnologia

- O descumprimento das condições de execução configurará grave violação aos deveres contratuais por parte da CONTRATADA e a sujeitará a processo administrativo que, comprovado o comportamento injustificado, implicará a aplicação das sanções previstas neste contrato.
- Negociar sempre as melhores condições de preço, respeitando os percentuais máximos estabelecidos para os direitos patrimoniais sobre trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos de autor e conexos, e aos direitos patrimoniais sobre obras consagradas, nos casos de reutilizações de peças publicitárias da CONTRATANTE.

No fornecimento de bens ou serviços especializados à CONTRATANTE, deverão ser observadas as seguintes condições:

- realizar cotações prévias de preços para todos os serviços a serem prestados por fornecedores;
- apresentar cotações de preços obtidas exclusivamente junto a fornecedores previamente cadastrados junto à Prefeitura Municipal de São Carlos, os quais devem estar aptos a fornecer à CONTRATADA bens ou serviços especializados relacionados com as atividades complementares da execução do objeto deste contrato;
- apresentar, no mínimo, 03 (três) cotações coletadas entre fornecedores cadastrados que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido;
- exigir do fornecedor que a cotação detalhe os produtos ou serviços que a compõem, seus preços unitários e total e, sempre que necessário, o detalhamento de suas especificações;
- a cotação deverá ser apresentada no original, em papel timbrado, contendo a identificação completa 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;
- juntamente com a cotação deverão ser apresentados comprovantes de que o fornecedor está inscrito e em atividade, CNPJ ou no CPF e no cadastro de contribuintes estadual ou municipal, se for o caso, relativos ao seu domicílio ou sede, pertinentes a seu ramo de atividade e compatíveis com os serviços a ser fornecido.
- a CONTRATADA após o recebimento de cada processo de pagamento pela CONTRATANTE fica obrigada, no prazo de 5 (cinco) dias úteis, a apresentar comprovante de pagamento referente aos serviços de fornecedores executados em prol do objeto deste contrato.



PREFEITURA MUNICIPAL DE SÃO CARLOS

São Carlos, Capital da Tecnologia

Quando o fornecimento de bens ou serviços exceder 0,5% (cinco décimos por cento) do valor global deste contrato, a CONTRATADA deverá coletar orçamentos de fornecedores em envelopes lacrados, os quais serão abertos em sessão pública, convocada e realizada sob a fiscalização da CONTRATANTE.

Na impossibilidade de obtenção de 03 (três) cotações, a CONTRATADA deverá apresentar as justificativas pertinentes, por escrito, para prévia decisão do gestor deste contrato.

A CONTRATANTE, a seu critério, poderá:

- supervisionar o processo de seleção de fornecedores realizado pela CONTRATADA quando o fornecimento de bens ou serviços tiver valor igual ou inferior a 0,5% (cinco décimos por cento) do valor global deste contrato;
- realizar cotação de preços diretamente junto a fornecedores para o fornecimento de bens ou serviços, independentemente de valor.

Incumbe à CONTRATADA informar, por escrito, aos fornecedores de serviços especializados, acerca das condições estabelecidas para a reutilização de peças e materiais publicitários, especialmente no tocante aos direitos patrimoniais de autor e conexos.

As disposições relativas à cotação de fornecedores não se aplicam à aquisição de mídia.

A contratação de fornecedores para a execução de serviços objeto deste contrato deverá ser submetida à prévia e expressa anuência da CONTRATANTE.

É vedada a cotação prévia de preços para o fornecimento de bens ou serviços especializados de empresas nas quais:

- um mesmo sócio ou cotista participe de mais de uma empresa fornecedora em um mesmo procedimento;
- dirigente ou empregado da CONTRATADA possua participação societária ou vínculo comercial ou de parentesco até o terceiro grau.

A CONTRATADA deverá obter a aprovação prévia da CONTRATANTE, por escrito, para autorizar despesas com bens e serviços especializados prestados por fornecedores, veiculação e qualquer outra despesa relacionada a este contrato.

A CONTRATADA somente poderá reservar e adquirir espaço ou tempo publicitário de veículos, por ordem e conta da CONTRATANTE, se previamente os identificar e tiver sido por ela expressamente autorizada.



PREFEITURA MUNICIPAL DE SÃO CARLOS

São Carlos, Capital da Tecnologia

Apresentar à CONTRATANTE para aprovação do Plano de Mídia de cada campanha ou ação, a 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, acompanhada das justificativas que demonstrem tal impossibilidade, com o objetivo de atender às exigências legais.

Apresentar à CONTRATANTE como alternativa, 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, acompanhado das justificativas que demonstrem tal impossibilidade, com o objetivo de atender às exigências legais.

O estudo mencionado deverá considerar os meios, praças e veículos habitualmente programados nos esforços de comunicação da CONTRATANTE, visando à realização de negociação global entre as partes sobre o que seja oneroso e o que seja suportável para a CONTRATADA.

O resultado da negociação global entre as partes vigorará para os planos de mídia que vierem a ser aprovados em até 6 (seis) meses da data de assinatura deste contrato.

Os serviços de aferição e auditoria de mídia, serão de responsabilidade da contratada, devendo ser apresentados sob a forma de Relatório de Checagem de Veiculação, sem gerar quaisquer ônus para a CONTRATANTE. Na impossibilidade de tal apresentação, deverá ser fornecida uma declaração de que a veiculação efetivamente ocorreu nas mídias, sob as penas da lei.

Caso o fato superveniente altere significativamente as análises e conclusões do estudo mencionado, a CONTRATANTE solicitará novo estudo à CONTRATADA e, em decorrência, poderá efetuar nova negociação global e determinar seu novo período de vigência.

Encaminhar imediatamente após a produção dos serviços, para constituição do acervo da CONTRATANTE, sem ônus para esta, as seguintes cópias:

- TV e Cinema: cópias em DVD e/ou arquivos digitais;
- internet: cópias em arquivos digitais;
- Rádio: cópias em arquivos digitais;
- Mídia impressa e material publicitário: cópias digitais.



PREFEITURA MUNICIPAL DE SÃO CARLOS

São Carlos, Capital da Tecnologia

Manter, durante o período de 05 (cinco) anos após a extinção deste contrato, acervo comprobatório da totalidade dos serviços prestados, compreendendo as peças e/ou material produzidos.

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

O material a ser utilizado na distribuição somente será definido após sua aprovação pela CONTRATANTE e sua reprodução dar-se-á a partir das peças mencionadas.

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

Registrar em relatório de atendimento todas as reuniões e telefonemas de serviços entre a CONTRATANTE e a CONTRATADA, com o objetivo de conferir transparência aos entendimentos havidos e para que ambas as partes adotem as providências necessárias ao desempenho de suas tarefas e responsabilidades.

Esses relatórios deverão ser enviados pela CONTRATADA à CONTRATANTE até o prazo máximo de 02 (dois) dias úteis após a realização do contato.

Caso haja incorreção no registro dos assuntos tratados, a CONTRATANTE solicitará a necessária correção, no prazo máximo de 02 (dois) dias úteis, a contar da data do recebimento do respectivo relatório.

Adotar providências imediatas em casos de alterações, rejeições, cancelamentos ou interrupções de um ou mais serviços, mediante comunicação da CONTRATANTE, respeitadas as obrigações contratuais já assumidas com fornecedores e veículos e os honorários da CONTRATADA pelos serviços realizados até a data dessas ocorrências, desde que não causadas pela própria CONTRATADA ou por fornecedores e veículos por ela contratados.

Abster-se de divulgar informações acerca da prestação dos serviços objeto deste contrato que envolvam o nome da CONTRATANTE, sem sua prévia e expressa autorização.

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

Não caucionar ou utilizar o presente contrato como garantia para qualquer operação financeira.



PREFEITURA MUNICIPAL DE SÃO CARLOS

São Carlos, Capital da Tecnologia

Manter, durante a execução deste contrato, todas as condições de habilitação exigidas na Concorrência que deu origem a este ajuste, incluindo a certificação de qualificação técnica de funcionamento conforme a lei.

Cumprir todas as leis e posturas federais, estaduais e municipais pertinentes e responsabilizar-se por todos os prejuízos decorrentes de infração a que houver dado causa, bem como, quando aplicável, a legislação estrangeira com relação a trabalhos realizados ou distribuídos no exterior.

Cumprir a legislação trabalhista e securitária com relação a seus empregados e, quando for o caso, com relação a empregados de fornecedores contratados.

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

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.

Apresentar, quando solicitado pela CONTRATANTE, a comprovação de estarem sendo satisfeitos todos os seus encargos e obrigações trabalhistas, previdenciárias e fiscais.

Executar todos os contratos, tácitos ou expressos, firmados com fornecedores e veículos, bem como responder por todos os efeitos desses contratos perante seus signatários e a própria CONTRATANTE.

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 da CONTRATANTE.

Responder perante a 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.

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



PREFEITURA MUNICIPAL DE SÃO CARLOS

São Carlos, Capital da Tecnologia

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

Caso haja ação trabalhista envolvendo os serviços prestados, a CONTRATADA adotará as providências necessárias para preservar a CONTRATANTE e mantê-la a salvo de reivindicações, demandas, queixas ou representações de qualquer natureza. Não obtendo êxito, se houver condenação, reembolsará à CONTRATANTE as importâncias que esta tenha sido obrigada a pagar, dentro do prazo improrrogável de 10 (dez) dias úteis a contar da data do efetivo pagamento.

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

8. CONDIÇÕES DE PAGAMENTO

O(s) pagamento(s) serão efetuados, no prazo de 30 (trinta) dias a contar do recebimento da Nota Fiscal devidamente atestada e será observada a ordem cronológica dos encargos, excepcionada está de acordo com os incisos I a V do parágrafo 1º. do artigo 141 da Lei 14.133/21.

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

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

A Nota Fiscal deverá ser compatível com o contrato social sob pena de não efetuar o pagamento.

Para fins de liquidação e pagamento de despesas deverão ser atendidas as exigências legais.

Nos casos de eventuais atrasos de pagamento, desde que a Contratada não tenha concorrido, de alguma forma, para tanto, fica convencionado que a taxa de compensação



PREFEITURA MUNICIPAL DE SÃO CARLOS

São Carlos, Capital da Tecnologia

financeira devida pela Contratante, entre a data do vencimento e o efetivo adimplemento da parcela, será calculada mediante a aplicação da seguinte fórmula:

- $EM = I \times N \times VP$, sendo:
- EM = Encargos Moratórios;
- N = Número de dias entre a data prevista para o pagamento e a do efetivo pagamento;
- VP = Valor da parcela a ser paga;
- I = Índice de compensação financeira = 0,00012329, assim apurado:
- $I = (TX)$
- $I = (6/100)/365$
- $I = 0,00012329$
- TX = Percentual da taxa anual = 4,5%

De acordo com a meta da inflação fixada pela Resolução 4.499/2016 do Banco Central do Brasil.

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

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

9. ESTIMATIVA DO VALOR DA CONTRATAÇÃO

O valor estimado para a presente contratação foi fixado em R\$ 10.500.000,00 (dez milhões e quinhentos mil reais), correspondente ao período de 12 (doze) meses de vigência contratual.

Tal valor decorre da análise dos gastos históricos do Município com serviços de publicidade institucional e campanhas oficiais, considerando a média dos últimos exercícios financeiros e a projeção de demandas futuras das diversas Secretarias Municipais. A metodologia adotada observa, portanto, a real necessidade da Administração, buscando assegurar a adequação orçamentária e a compatibilidade com a execução contratual.



PREFEITURA MUNICIPAL DE SÃO CARLOS

São Carlos, Capital da Tecnologia

Considerando que o **Contrato nº 68/2020**, referente ao **Processo Administrativo nº 26142/2019**, vigente até **18/11/2025**, previa o valor anual de **R\$ 8.750.000,00 (oito milhões, setecentos e cinquenta mil reais)**, cumpre destacar que sua tramitação e execução ocorreram durante o período da **pandemia da COVID-19**, contexto em que diversas limitações operacionais e orçamentárias impactaram a plena execução dos serviços e a real mensuração das demandas do Município.

Considerando, ainda, que a **Secretaria Municipal de Cidade Inteligente e Transparência** identificou, ao longo da execução contratual, a **necessidade de ampliação do quantitativo de serviços** em relação ao previsto no instrumento anterior, tendo em vista o **aumento das demandas administrativas e tecnológicas** decorrentes da evolução das atividades institucionais e do aprimoramento dos processos internos, constatou-se que o dimensionamento originalmente contratado se tornou insuficiente para atender às atuais necessidades da Administração.

Dessa forma, com base nas demandas efetivamente observadas e nas projeções de expansão dos serviços, **o valor estimado para a nova contratação foi projetado em R\$ 10.500.000,00 (dez milhões e quinhentos mil reais)**, correspondente ao período de **12 (doze) meses**. Tal estimativa visa assegurar a adequada **prestação dos serviços e o atendimento integral das necessidades operacionais da Prefeitura Municipal de São Carlos**, garantindo a continuidade e a eficiência das atividades desenvolvidas pela Secretaria demandante.

Cabe destacar que, no presente certame, o critério de julgamento será “técnica e preço”, em conformidade com o art. 36, inciso II, da Lei nº 14.133/2021 e art. 5º da Lei nº 12.232/2010, de modo que, no quesito preço, será avaliada a agência de publicidade que apresentar o maior desconto sobre a Tabela Referencial de Valores do SINAPRO (Sindicato das Agências de Propaganda), que poderá ser consultada através do link: <https://www.sinaprosp.org.br/beneficios/https-www-sinaprosp-org-br-utilidades-tabelas/>.

Dessa forma, o valor estimado serve como referência máxima para a contratação, preservando a competitividade entre os licitantes e garantindo que o Município obtenha as melhores condições de mercado, tanto sob o aspecto da qualidade técnica quanto da vantajosidade econômica.

A contratação dos serviços publicitários não envolve o levantamento prévio das estimativas de preços dos produtos e serviços a serem praticados no decorrer da execução contratual.



PREFEITURA MUNICIPAL DE SÃO CARLOS

São Carlos, Capital da Tecnologia

A agência a ser contratada será remunerada na forma estabelecida pelo edital e pela minuta do contrato administrativo, com base nos preços de mercado estabelecidos referencialmente pelas Normas-Padrão da Atividade Publicitária e anteriormente referida.

No decorrer da execução contratual, o fornecimento de bens e serviços por terceiros especializados exigirá a apresentação pelas agências contratadas, de no mínimo 03 (três) orçamentos obtidos entre pessoas, físicas ou jurídicas, previamente cadastradas pela Prefeitura Municipal, que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido, conforme a legislação.

Na contratação de veículos de comunicação e divulgação para distribuição das peças publicitárias desenvolvidas no âmbito de uma campanha, serão praticados os valores constantes das respectivas tabelas de preços, aplicados os descontos negociados com a Prefeitura Municipal conforme disposto na legislação.

10. GARANTIAS EXIGIDAS

Haverá exigência de garantia para a execução do objeto, conforme previsto nos artigos 96 e seguintes da Lei nº 14.133/2021, considerando a complexidade técnica do serviço e o risco operacional na sua prestação.

10.1 CONSTITUIÇÃO DA GARANTIA

A Contratada deverá prestar garantia de execução contratual em favor da Contratante, correspondente a 1% (um por cento) do valor estimado para a execução dos serviços objeto deste contrato. Esta garantia deverá ser apresentada no prazo de 01 (um) mês, contado a partir da data de homologação da licitação, anteriormente à assinatura do contrato, nos termos previstos no artigo nº 96, § 3º da Lei Federal 14.133/2021.

10.2 REPOSIÇÃO DA GARANTIA

Caso o valor da garantia seja utilizado, total ou parcialmente, para o pagamento de qualquer obrigação vinculada a este ajuste, incluindo indenizações a terceiros, a Contratada terá o prazo máximo de 30 (trinta) dias úteis, contados do recebimento da notificação da Contratante, para proceder à respectiva reposição.

10.3 COMPLEMENTAÇÃO DA GARANTIA



PREFEITURA MUNICIPAL DE SÃO CARLOS

São Carlos, Capital da Tecnologia

Em caso de acréscimo ao valor do contrato, a Contratada se obrigará a complementar a garantia no prazo máximo de 30 (trinta) dias úteis, contados da data de recebimento da notificação da Contratante sobre tal acréscimo.

10.4 PRORROGAÇÃO CONTRATUAL

Na hipótese de prorrogação deste contrato, a Contratante exigirá nova garantia. A Contratada poderá escolher entre as modalidades previstas na Lei nº 14.133/2021 para constituir essa nova garantia.

10.5 PRAZO PARA ENTREGA DA NOVA GARANTIA

O documento comprobatório da constituição da nova garantia deverá ser entregue à Contratante no prazo máximo de 30 (trinta) dias úteis, contados da data de assinatura do respectivo termo aditivo de prorrogação.

10.6 LIBERAÇÃO OU RESTITUIÇÃO DA GARANTIA

A garantia, ou seu saldo remanescente, será liberada ou restituída à Contratada mediante solicitação formal, no prazo de 30 (trinta) dias após o término do prazo de vigência deste contrato. A liberação estará condicionada à certificação do gestor/fiscal do contrato de que todos os serviços foram realizados a contento e que todas as obrigações contratuais foram devidamente cumpridas pela Contratada.

10.7 CORREÇÃO MONETÁRIA

Na restituição de garantia realizada em dinheiro, seu valor ou saldo será corrigido com base no Índice Geral adotado para a poupança, conforme as normas estabelecidas pelo Banco Central do Brasil.

11. ADEQUAÇÃO ORÇAMENTÁRIA

11.1 EXERCÍCIO ORÇAMENTÁRIO 2025

As despesas decorrentes deste certame correrão no presente exercício à conta da dotação orçamentária a seguir indicada:

- ÓRGÃO REQUISITANTE: Secretaria Municipal de Cidade Inteligente e Transparência.



PREFEITURA MUNICIPAL DE SÃO CARLOS

São Carlos, Capital da Tecnologia

- DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA – Lei de Responsabilidade Fiscal (LC 101/00) art.16.

FICHA	FONTE RECURSO	DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA
396	01	37.01.04.131.2022.2.043.3.3.90.39.01.1100000

11.2 EXERCÍCIO ORÇAMENTÁRIO SUBSEQUENTES

As despesas decorrentes deste certame correrão nos demais exercício à conta do elemento específico vinculado à Secretaria Municipal de Cidade Inteligente e Transparência (SMCIT), na categoria econômica nº 3.3.90.39 - Outros Serviços de Terceiros - Pessoa Jurídica.

12. INDICAÇÃO DO GESTOR E FISCAL DO CONTRATO

Em conformidade com as diretrizes e necessidades de acompanhamento do contrato, são indicados os seguintes servidores para as respectivas funções:

- **Gestor do Contrato:** Mateus de Aquino, Secretário Municipal, Matrícula n. 26158.
- **Fiscal do Contrato:** Silvia Keller Villas Boas, Chefe de Gabinete, Matrícula n. 26168.

Os servidores ora indicados serão responsáveis pelo acompanhamento e fiscalização da execução contratual, zelando pelo cumprimento das cláusulas e condições estabelecidas.

13. FORMAS E CRITÉRIOS DE SELEÇÃO DO FORNECEDOR

A contratação observará as determinações da legislação pertinente, sem exigência de projeto básico ou executivo prévio, sendo o briefíng (ANEXO I) o elemento balizador para o desenvolvimento das campanhas simuladas. A agência deverá dispor de profissionais qualificados para o atendimento, podendo a execução contratual ser realizada por equipes situadas em outros estados, agregando diversidade de expertise. Serão estabelecidos prazos para comprovação de pagamentos a fornecedores e veículos, e a agência deverá elaborar relatórios de checagem de veiculação com dados brutos.



PREFEITURA MUNICIPAL DE SÃO CARLOS

São Carlos, Capital da Tecnologia

As obrigações da contratada incluem:

- Operar como organização completa, fornecendo serviços de alta qualidade.
- Realizar todos os serviços com recursos próprios ou mediante intermediação de fornecedores, conforme especificações.
- Empregar profissionais qualificados, com possibilidade de substituição aprovada.
- Buscar as melhores condições comerciais e transferir vantagens à CONTRATANTE.
- Respeitar a legislação sobre planos de incentivo e direitos autorais.
- Realizar cotações prévias com fornecedores cadastrados, com apresentação de múltiplos orçamentos.
- Obter aprovação prévia da CONTRATANTE para despesas e veiculações.
- Manter sigilo sobre dados estratégicos da CONTRATANTE.
- Responder por prejuízos ou danos decorrentes de sua atuação, incluindo ações judiciais.

13.1 MODALIDADE E CRITÉRIO DE JULGAMENTO

Nos termos da lei 14.133/21, será adotada a modalidade Concorrência, em face dos serviços a serem contratados, que são de notória especialização e de natureza predominantemente intelectual.

Entende-se pertinente adotar o critério de julgamento de “técnica e preço”, considerando que esta corresponde aos anseios do município, ao possibilitar a contratação da empresa com a melhor qualificação técnica entre as licitantes concorrentes e a prática do menor preço na execução contratual, através da média ponderada entre as notas atribuídas à Proposta Técnica e à Proposta de Preços e atende a disposição do artigo 36. Parágrafo 1º., inciso I da Lei 14.133/21, que estabelece que nos serviços técnicos especializados de natureza predominantemente intelectual, como é o caso dos serviços publicitários, o critério de julgamento deve ser preferencialmente o de técnica e preço.

Desta forma, a presente contratação apresenta enquadramento com os critérios estabelecidos pela Lei 14.133/21 para adoção da “técnica e preço”, conforme disposições do artigo 6º., incisos XV e XVIII da lei 14.133/21, à vista de que este termo de referência demonstra que a avaliação e a ponderação da qualidade técnica das propostas que superam os requisitos mínimos estabelecidos no edital serão relevantes aos fins pretendidos pela Administração, na licitação para a contratação de serviços técnicos especializados de natureza predominantemente intelectual.



PREFEITURA MUNICIPAL DE SÃO CARLOS

São Carlos, Capital da Tecnologia

No tocante ao preço, este será aferido a partir do maior percentual de desconto ofertado pelas licitantes sobre a Tabela Referencial de Custos Internos do SINAPRO (Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de São Paulo). Por esse motivo, os orçamentos apresentados pelas licitantes deverão ser expressos em percentual de desconto (%), refletindo diretamente a redução a ser aplicada sobre a referida tabela.

Assim, a pontuação referente ao preço será calculada conforme a ordem decrescente dos percentuais de desconto ofertados, observando-se, posteriormente, a conjugação com a pontuação atribuída aos aspectos técnicos, nos moldes do edital, para a definição da proposta mais vantajosa ao Município de São Carlos.

13.2 CONDIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO

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

- a) consórcios de empresas, qualquer que seja sua forma de constituição, por não ser necessária a coparticipação de duas ou mais agências em consórcio. A criação e produção publicitária é realizada pela equipe técnica da agência de publicidade, que atua de forma concatenada, desde a concepção da peça/campanha publicitária, mediante o desenvolvimento de planejamento prévio, de pesquisas quanto ao público-alvo, o mercado e os meios de comunicação, não sendo aconselhável que tais serviços sejam desenvolvidos por equipes diferentes das agências em consórcio. Torna-se não só desnecessária, como inconveniente a prestação de tais serviços através de consórcio de agências.
- b) empresas declaradas inidôneas para licitar ou contratar com qualquer órgão ou entidade da Administração Pública Direta ou Indireta Federal, Estadual ou Municipal;
- c) empresas impedidas de licitar ou contratar com a Administração Pública Direta e/ou Indireta na forma do disposto no parágrafo 4º do art. 156 da Lei 14.133/21;
- d) empresas com falência decretada;



PREFEITURA MUNICIPAL DE SÃO CARLOS

São Carlos, Capital da Tecnologia

- e) empresas das quais participe, seja a que título for, servidor público municipal de São Carlos;
- f) empresas cujo objeto social não seja pertinente e compatível com o objeto deste Edital.

13.3 REQUISITOS TÉCNICOS PARA A CONTRATAÇÃO

Considerando que o objeto a ser contratado pela Secretaria de Cidade Inteligente e Transparência consiste na prestação de serviços de publicidade por 1 (uma) agência de propaganda, o detalhamento destes serviços é o seguinte:

- a) estudo, planejamento, conceituação, concepção, criação, execução interna, intermediação e supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade e propaganda aos veículos e demais meios de divulgação;
- b) planejamento e execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento sobre o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas;
- c) produção e execução técnica das peças e projetos publicitários criados;
- d) criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando à expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias.

Não estão compreendidas no objeto da presente licitação quaisquer outras atividades que não as descritas neste item 12.3, em especial as de assessoria de imprensa, comunicação e relações públicas ou as que tenham por finalidade a realização de eventos festivos.

A agência de propaganda contratada não poderá subcontratar outra(s) agência(s) de propaganda para a execução dos serviços previstos na alínea “a” deste item 12.3.

A contratada atuará por ordem e conta da Secretaria de Cidade Inteligente e Transparência, nos termos da legislação aplicável, na contratação de fornecedores de bens e serviços especializados, para a execução das atividades previstas nas alíneas “b”, “c” e “d” deste item 12.3.

A contratada somente poderá reservar e adquirir espaço ou tempo publicitário de veículos de divulgação, por conta e ordem da Secretaria de Cidade Inteligente e Transparência, se previamente os identificar e tiver sido por ela expressamente autorizada.



PREFEITURA MUNICIPAL DE SÃO CARLOS

São Carlos, Capital da Tecnologia

13.4 QUALIFICAÇÃO TÉCNICA

Certificado de qualificação técnica de funcionamento de que trata a Lei nº 12.232/2010, artigo 4º e seu parágrafo primeiro, obtido perante o Fórum de Autorregulação do Mercado Publicitário – CENP (anterior denominação “Conselho Executivo das Normas-Padrão”) ou por entidade equivalente, legalmente reconhecida como fiscalizadora e certificadora das condições técnicas de agências de propaganda.

Comprovação de aptidão para desempenho de atividade pertinente e compatível com o objeto desta licitação, mediante a apresentação de atestado(s) expedido(s) por pessoa jurídica de direito público ou privado, que comprove o disposto no art. 2º e no seu parágrafo 1º, incisos I e II, da Lei 12.232/10, bem com o parágrafo 5º. do artigo 67 da lei 14.133/21.

13.5 QUALIFICAÇÃO ECONÔMICO-FINANCEIRA

Certidão negativa de falência, expedida pelo distribuidor da sede da pessoa jurídica.

Prova de Capital Social ou Patrimônio Líquido mínimo, equivalente a 7% (sete por cento) do valor do contrato administrativo decorrente desta licitação, devendo a comprovação ser feita relativamente à data da apresentação da proposta, na forma da lei (artigo 69, parágrafo 4º da Lei 14.133/21)

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

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

- a) pelas sociedades anônimas: publicados em Diário Oficial; ou em jornal de grande circulação; ou por fotocópia registrada; ou autenticada na Junta Comercial da sede ou domicílio da licitante.
- b) pelas sociedades por cotas de responsabilidade limitada: fotocópia do Livro Diário, inclusive com os Termos de Abertura e de Encerramento, devidamente autenticado na Junta Comercial da sede ou domicílio da



PREFEITURA MUNICIPAL DE SÃO CARLOS

São Carlos, Capital da Tecnologia

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

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

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

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

- Índice de Liquidez Geral (LG) superior a 1,00
- Índice de Liquidez Corrente (LC) superior a 1,00
- Índice de Solvência Geral (SG) superior a 1,00

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

Ativo Circulante + Realizável a Longo Prazo

LG = -----

Passivo Circulante + Exigível a Longo Prazo

Ativo Total

SG = -----

Passivo Circulante + Exigível a longo Prazo

Ativo Circulante

LC = -----

Passivo Circulante



PREFEITURA MUNICIPAL DE SÃO CARLOS

São Carlos, Capital da Tecnologia

Do balanço supra referido, cujo índice de Solvência, obtido conforme fórmula a seguir, terá de ser maior a um:

Ativo Total

S = -----

Passivo Exigível Total

As licitantes que apresentarem resultado inferior ou igual a 1 (um) em qualquer dos índices de Liquidez Geral (LG), Liquidez Corrente (LC) e Solvência Geral (SG) deverão possuir capital ou patrimônio líquido, no mínimo, de 10% (dez por cento) do valor estimado da contratação.

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

13.6 PROPOSTA TÉCNICA

De acordo com o artigo 6º. Inciso IX da Lei 12.232/2010, o formato para apresentação pelas licitantes do Plano de Comunicação Publicitária será padronizado quanto a seu tamanho, fontes tipográficas, espaçamento de parágrafos, quantidades e formas dos exemplos de peças e a outros aspectos pertinentes, visando assegurar a inviolabilidade da autoria do quesito mais importante da Proposta Técnica.

A metodologia de julgamento das Propostas Técnicas, que determina a elaboração de justificativas escritas das razões que fundamentam as pontuações, se adequa com as regras da Lei 12.232/2010 e da lei 14.133/21, fornecendo, assim, condições para um controle mais efetivo dos atos da Subcomissão Técnica, pelos órgãos de controle e pelas empresas concorrentes do certame.

A presente contratação estabelecerá a pontuação máxima do quesito Plano de Comunicação Publicitária, cabendo pontuações mais elevadas para os quesitos Estratégia de Comunicação, Ideia Criativa, Estratégia de Mídia e de Não Mídia e Raciocínio Básico, nessa ordem, por abarcarem as informações mais relevantes do referido Plano.

Para os outros três quesitos que compõem a Proposta Técnica, destaca-se a pontuação da Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Solução de Problemas de Comunicação, que junto com os quesitos do Plano de Comunicação Publicitária



PREFEITURA MUNICIPAL DE SÃO CARLOS

São Carlos, Capital da Tecnologia

constituem os quatro pilares mais importantes do julgamento das Propostas Técnicas em licitações da espécie.

A fim de promover maior praticidade e segurança ao julgamento técnico, também deve ser ajustada a forma estabelecida para referendar os cases publicitários junto aos respectivos anunciantes pelas empresas licitantes, no âmbito do quesito Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação da Proposta Técnica.

Com respaldo na Lei 12.232/2010, artigo 6º, inciso X, a presente contratação estabelecerá que as peças constantes dos quesitos Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação devam ter sido implementadas nos últimos cinco anos. Tal exigência busca proporcionar condições isonômicas às agências concorrentes e apoiar o julgamento da Subcomissão Técnica.

13.7 APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA

A licitante deverá apresentar sua Proposta Técnica estruturada de acordo com os quesitos a seguir:

Quesitos
Plano de Comunicação Publicitária
Raciocínio Básico
Estratégia de Comunicação Publicitária
Ideia Criativa
Estratégia de Mídia e Não Mídia
Plano de Comunicação Publicitária
Capacidade de Atendimento
Repertório
Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

A Proposta Técnica será redigida em língua portuguesa, salvo quanto a expressões técnicas de uso corrente, com clareza, sem emendas ou rasuras.

ENVELOPE – 01 - PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – VIA NÃO IDENTIFICADA

O Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada deverá ser apresentado de acordo com a seguinte formatação:

- a) Em papel tipo sulfite, A4 – com até 90 g/m2 branco;



PREFEITURA MUNICIPAL DE SÃO CARLOS

São Carlos, Capital da Tecnologia

- b) Caderno único, orientação retrato, com espiral preto colocado à esquerda, capa e contracapa em papel sulfite branco, formato A4, branco e com até 90 g/m²;
- c) Espaçamento de 2 cm, nas margens direita e esquerda, a partir da borda;
- d) Títulos, entre títulos, parágrafos e linhas subsequentes sem recuos;
- e) Espaçamento “simples” entre linhas e opcionalmente duplo entre parágrafos, títulos e subtítulos.
- f) Alinhamento justificado do texto.
- g) Texto e numeração de páginas em fonte “Arial”, cor “automático”, corpo 12 (doze);
- h) Numeração em todas as páginas, em fonte “Arial”, corpo 12, pelo editor de textos, a partir da primeira página interna, em algarismos arábicos, canto inferior direito.

Os textos do Raciocínio Básico, da Estratégia de Comunicação Publicitária e da relação de peças da Ideia Criativa, estão limitados, no conjunto, a 10 (dez) páginas, não computadas nesse limite a capa e contracapa e as páginas eventualmente utilizadas apenas para separação dos quesitos.

O Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada **não poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que, por si só e de forma inequívoca, possibilite a identificação de sua autoria antes da abertura do Envelope n. 2.**

O Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, composto dos quesitos Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia deverá ser elaborado com base no Apêndice Briefing (ANEXO I), que fará parte do edital licitatório, observadas as seguintes disposições:

Raciocínio Básico: apresentação pela licitante de diagnóstico das necessidades de comunicação publicitária do CONTRATANTE para enfrentar os desafios ou os problemas gerais e ou específico, de comunicação, sua compreensão sobre o objeto da licitação e, principalmente, sobre os desafios ou os problemas, gerais e ou específicos, de comunicação a serem enfrentados;

Estratégia de Comunicação Publicitária: apresentação pela licitante das linhas gerais da proposta para suprir os desafios ou os problemas, gerais e ou específicos, de comunicação a serem enfrentados e alcançar os objetivos, gerais e específicos, de comunicação previstos no Briefing (ANEXO I), compreendendo:



PREFEITURA MUNICIPAL DE SÃO CARLOS

São Carlos, Capital da Tecnologia

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

Ideia Criativa: apresentação pela licitante 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 Edital, com comentários sobre cada peça e ou material. Essa relação deverá relacionar as peças ou material em dois blocos: o primeiro, com as peças corporificadas, com o limite de 10 peças e o segundo, com as peças não corporificadas, sem limite do número de peças.
- b) da relação prevista na alínea anterior, escolher e apresentar 10 (dez) peças como exemplos para corporificar objetivamente sua proposta de solução dos desafios ou problemas, gerais e ou específicos, de comunicação, conforme explicitado na estratégia de comunicação publicitária.

Estratégia de Mídia e Não Mídia: constituída de:

- a) apresentação em que a licitante explicitará e justificará a estratégia e as táticas recomendadas, em consonância com a estratégia de comunicação publicitária por ela sugerida e em função da verba referencial indicada no Briefing (ANEXO I) sob a forma de textos, tabelas, gráficos e planilhas;
- b) simulação de plano de distribuição em que a licitante indicará todas as peças e ou material destinados à veiculação, exposição ou distribuição, sob a forma de textos, tabelas, gráficos e planilhas.

Dessa simulação deverá constar resumo geral com informações sobre, pelo menos:

- 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;



PREFEITURA MUNICIPAL DE SÃO CARLOS

São Carlos, Capital da Tecnologia

- 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;

Nessa simulação:

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

ENVELOPE – 02 - 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 constituir-se em cópia da via não identificada, com as seguintes especificidades:

- I – ter a identificação da licitante;
- II – ser datado;



PREFEITURA MUNICIPAL DE SÃO CARLOS

São Carlos, Capital da Tecnologia

III – estar assinado na última página e rubricado nas demais, por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

ENVELOPE – 03 - CAPACIDADE DE ATENDIMENTO, REPERTÓRIO E RELATO DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO.

CAPACIDADE DE ATENDIMENTO - A licitante deverá apresentar os documentos e informações que constituem a Capacidade de Atendimento em caderno específico, com ou sem o uso de cores, em papel A4, em folhas numeradas sequencialmente, a partir da primeira página interna, rubricadas e assinadas na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

Qualquer página com os documentos e informações previstos neste item poderá ser editada em papel A3 dobrado.

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

A Capacidade de Atendimento será constituída de textos, tabelas, gráficos, diagramas, fotos e outros recursos, por meios dos quais a licitante apresentará:

- a) relação nominal dos seus principais clientes à época da licitação, com a especificação do início de atendimento de cada um deles;
- b) a quantificação e a qualificação sob a forma de currículo resumido (no mínimo, nome, formação e experiência), dos profissionais que 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.
- c) As instalações, a infraestrutura e os recursos materiais que estarão à disposição para a execução do contrato;
- d) a sistemática de atendimento e discriminará os prazos a serem praticados, em condições normais de trabalho, na criação de peça avulsa ou de campanha e na elaboração de plano de mídia;
- e) 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 ANUNCIANTE, sem ônus adicionais, na vigência do contrato.



PREFEITURA MUNICIPAL DE SÃO CARLOS

São Carlos, Capital da Tecnologia

REPERTÓRIO - A 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 folhas numeradas sequencialmente, a partir da primeira página interna, rubricadas e assinadas na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

Os documentos e informações e o caderno específico mencionados no subitem 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 n.2.

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

O Repertório será constituído de peças e ou materiais concebidos e veiculados, expostos ou distribuídos pela licitante.

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

As peças e ou material devem ter sido veiculados, expostos ou distribuídos a partir de 01.01.2020.

Se apresentadas soltas, as peças poderão ter qualquer formato, dobradas ou não.

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 da licitante e de seu cliente, título, data de produção, período de veiculação, exposição e ou distribuição e, no caso de veiculação, a menção de pelo menos um veículo que divulgou cada peça.

As peças e ou material não podem se referir a trabalhos solicitados e ou aprovados pelo CONTRATANTE.

RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO - A 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 folhas numeradas sequencialmente, a partir da primeira página interna, rubricadas e assinadas na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

Os documentos e informações e o caderno específico mencionados no subitem precedente não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste



PREFEITURA MUNICIPAL DE SÃO CARLOS

São Carlos, Capital da Tecnologia

do Plano de Comunicação Publicitária – via Não Identificada e possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do Invólucro n. 2.

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

- I – Será elaborado pela licitante, em papel que a identifique;
- II – Deverá ter nome, cargo ou função e assinatura de funcionário da licitante responsável por sua elaboração;
- III – não pode referir-se a ações publicitárias solicitadas e ou aprovadas pelo CONTRATANTE.
- IV – Deverá estar formalmente referendado pelo cliente.

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

As propostas devem ter sido implementadas a partir de 01.01.2020.

É permitida a inclusão de até 03 (três) peças e ou material, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça, para cada Relato. Se incluídas:

- I – as peças eletrônicas deverão ser fornecidas em CD/DVD ou PEN DRIVE, podendo integrar o caderno específico previsto no Edital ou ser apresentadas soltas;
- II – as peças gráficas poderão integrar o caderno específico previsto no Edital, em papel A4 ou A3 dobrado ou ser apresentadas soltas. Em todos os casos, deverão ser indicadas suas dimensões originais;
- III – para cada peça e ou material deverá ser apresentada ficha técnica com a indicação sucinta do problema que se propuseram resolver.

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

13.8 JULGAMENTO DA PROPOSTA TÉCNICA

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



PREFEITURA MUNICIPAL DE SÃO CARLOS

São Carlos, Capital da Tecnologia

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

Plano de Comunicação Publicitária

Raciocínio Básico – a acuidade de compreensão:

- a) das funções e do papel da CONTRATANTE nos contextos social, político e econômico;
- b) da natureza, da extensão e da qualidade das relações da CONTRATANTE com seus públicos;
- c) das características da CONTRATANTE e de suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária;
- d) sobre a natureza e a extensão do objeto da licitação;
- e) dos desafios ou dos problemas, gerais e/ou específicos, de comunicação a serem enfrentados pela CONTRATANTE;
- f) das necessidades de comunicação do ANUNCIANTE para enfrentar esses desafios ou problemas.

Estratégia de Comunicação Publicitária:

- a) a adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza e à qualificação da CONTRATANTE e a seus desafios ou problemas, gerais e/ou específicos, de comunicação;
- b) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito propostos;
- c) a riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação da CONTRATANTE com seus públicos;
- d) a adequação e a exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução dos desafios ou dos problemas, gerais e/ou específicos, de comunicação da CONTRATANTE;
- e) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta;
- f) a capacidade de articular os conhecimentos sobre a CONTRATANTE; o mercado no qual se insere, seus desafios ou problemas, gerais e/ou específicos, de comunicação, seus públicos, os objetivos, gerais e específicos, de comunicação previstos no Briefing (ANEXO I) e a verba disponível.

Ideia Criativa:



PREFEITURA MUNICIPAL DE SÃO CARLOS

São Carlos, Capital da Tecnologia

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

Estratégia de Mídia e Não Mídia:

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

Capacidade de Atendimento:

- a) o porte e a tradição dos clientes atuais das licitantes e o conceito de seus produtos e serviços no mercado;
- b) a experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias;
- c) a adequação das qualificações e das quantificações desses profissionais à estratégia de comunicação publicitária da CONTRATANTE;
- d) a adequação das instalações da infraestrutura e dos recursos materiais que estarão à disposição da execução do contrato;
- e) a operacionalidade do relacionamento entre a CONTRATANTE e a licitante, esquematizado na proposta;



PREFEITURA MUNICIPAL DE SÃO CARLOS

São Carlos, Capital da Tecnologia

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

Repertório:

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

Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação:

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

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

Aos quesitos serão atribuídos, no máximo, os seguintes pontos:

QUESITOS	PONTOS
Plano de Comunicação Publicitária, sendo:	
Raciocínio Básico	10
Estratégia de Comunicação Publicitária	20
Ideia Criativa	20
Estratégia de Mídia e Não-Mídia	15
Capacidade de Atendimento	15
Repertório	10
Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	10
Pontuação máxima total	100

A pontuação de cada quesito corresponderá à média aritmética dos pontos atribuídos por cada membro da Subcomissão Técnica.

A pontuação total de cada licitante corresponderá à soma dos pontos obtidos em todos os quesitos.



PREFEITURA MUNICIPAL DE SÃO CARLOS

São Carlos, Capital da Tecnologia

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

13.9 APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇOS

Na proposta de Preços deverão ser observadas as normas estabelecidas pelo Decreto n. 4563/2002 e pelo Fórum de Autorregulação do Mercado Publicitário – CENP, atual denominação do anterior Conselho Executivo das Normas-Padrão da Atividade Publicitária (CENP), que contemplam condições diferenciadas de remuneração para a Administração Pública, nos termos do inciso V do artigo 6º. da lei 12.232/2010.

De acordo com os referidos dispositivos, nas contratações com o setor público e a depender dos valores que o anunciante pretende investir em mídia, determinadas formas de remuneração de agência podem ser reduzidas, com a concessão de descontos sobre a Tabela de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de São Paulo, assim como com a redução percentual de honorários sobre produção externa de serviços especiais, incluindo pesquisas, formas inovadoras de comunicação e pela intermediação na contratação de mídia digital, nos casos em que os veículos não remunerem as agências

Assim, diante do valor estimado das compras de tempo e espaço publicitários a serem efetuadas pelo Município para elaboração da Proposta de Preços, as licitantes deverão apresentar seus preços sujeitos à valoração, seja:

- em relação aos chamados “custos internos” fixados referencialmente pela Tabela de Custos Internos editada pelo Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de São Paulo, com aplicação de desconto;
- em relação a honorários sobre fornecimento de produtos e serviços especializados, realizados externamente por fornecedores de tais serviços, que gerem ou não veiculação;
- pela intermediação na contratação 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, bem como à intermediação na criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando à expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias e



PREFEITURA MUNICIPAL DE SÃO CARLOS

São Carlos, Capital da Tecnologia

- pela intermediação na contratação de mídia digital, nos casos em que os veículos digitais não remuneraram as agências com o desconto de agência.

ENVELOPE 4 - ELABORAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇO

A Proposta de Preço deverá ser elaborada informando o percentual de honorários incidentes sobre o preço dos serviços especializados prestados por fornecedores, referentes:

- a) a serviços externos de produção e outros, incumbidos a terceiros, com a intermediação e sob supervisão da agência;
- b) ao planejamento e a execução de pesquisas e de outros instrumentos, de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas ou a serem realizadas, com a intermediação e supervisões da agência;
- c) a criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias, com a intermediação e supervisão da agência;
- d) ao valor da mídia digital contratada com a intermediação da agência, nos casos em que os veículos não remunerem a agência pelo desconto de agência, na forma do disposto no artigo 11 da Lei 4.680/65;
- e) o desconto a ser concedido nos custos internos, calculados sobre a Tabela Referencial de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de São Paulo, observando-se ainda que se destina a atender a exequibilidade do contrato, adotando-se os preços de mercado, estabelecidos referencialmente pelas Normas-Padrão da Atividade Publicitária, incorporadas ao sistema legal por força do disposto no Decreto n. 4563/2002 e do disposto no inciso V do artigo 6º da lei 12.232/2010, que dispõe que na apresentação da proposta de preço conterà quesitos representativos das formas de remuneração vigentes no mercado publicitário, evitando-se a inexecuibilidade do contrato administrativo que vier a ser firmado, conforme item 12.11;

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



PREFEITURA MUNICIPAL DE SÃO CARLOS

São Carlos, Capital da Tecnologia

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

A classificação das Propostas de Preço observará a ordem crescente dos percentuais apresentados, sendo considerada como a de menor preço aquela que receber maior pontuação, referente ao percentual de honorários mencionados no item 12.11 e pelo desconto concedido sobre a Tabela de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de São Paulo.

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

13.10 JULGAMENTO DA PROPOSTA DE PREÇOS

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

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

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

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

- a) honorários sobre serviços externos de produção e outros, incumbidos a terceiros, com a intermediação e sob supervisão da agência;
- b) honorários sobre o planejamento e a execução de pesquisas e de outros instrumentos, de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas ou a serem realizadas, com a intermediação e supervisões da agência;
- c) honorários sobre a criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias, com a intermediação e supervisão da agência;



PREFEITURA MUNICIPAL DE SÃO CARLOS

São Carlos, Capital da Tecnologia

d) remuneração sobre o valor da mídia digital contratada com a intermediação da agência, nos casos em que os veículos não remunerem a agência pelo desconto de agência, na forma do disposto no artigo 11 da Lei 4.680/65;

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

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

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

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

A proposta de política de preços deverá levar em consideração que a Prefeitura efetuará o pagamento no prazo de 30 dias a contar do recebimento da nota fiscal.

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

A Classificação se dará da seguinte forma:

- a) percentual de honorários sobre serviços externos de produção e outros, incumbidos a terceiros, com a intermediação e sob supervisão da agência:

PONTOS	PERCENTUAL DE HONORÁRIOS – D1
20	Até 05%
18	06%



PREFEITURA MUNICIPAL DE SÃO CARLOS

São Carlos, Capital da Tecnologia

15	07%
12	08%
10	09%
05	10%

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

PONTOS	PERCENTUAL DE HONORÁRIOS – D2
20	Até 05%
18	06%
15	07%
12	08%
10	09%
05	10%

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

PONTOS	PERCENTUAL DE HONORÁRIOS – D3
20	Até 05%



PREFEITURA MUNICIPAL DE SÃO CARLOS

São Carlos, Capital da Tecnologia

18	06%
15	07%
12	08%
10	09%
05	10%

- d) percentual de remuneração sobre o valor da mídia digital contratada com a intermediação da agência, nos casos em que os veículos não remunerem a agência pelo desconto de agência, na forma do disposto no artigo 11 da Lei Federal nº 4.680 de 1965.

PONTOS	PERCENTUAL DE HONORÁRIOS – D4
20	Até 12%
18	13%
15	14%
12	15%
10	16%
05	17%

- e) desconto sobre a Tabela de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de São Paulo.

PONTOS	DESCONTO SOBRE A TABELA DE CUSTOS INTERNOS – D5
20	De 50% ou acima de 50%



PREFEITURA MUNICIPAL DE SÃO CARLOS

São Carlos, Capital da Tecnologia

15	De 45% a 49%
12	De 40% a 44%
10	De 30% a 39%

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

NFPP = Nota final da Proposta de Preço

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

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

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

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

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

13.11 ESTIMATIVA DAS PROPOSTAS DE PREÇOS

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

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

Os quesitos a serem valorados são os integrantes da Proposta de Preços da licitante, cujo modelo constituirá um dos anexos do edital, ressalvado que, nos termos do artigo 59, inciso III da Lei 14.133/21 não serão aceitos:

- percentual de honorários superior a 10% (dez por cento) sobre serviços externos de produção e outros, incumbidos a terceiros, com a intermediação e sob supervisão da agência;



PREFEITURA MUNICIPAL DE SÃO CARLOS

São Carlos, Capital da Tecnologia

- percentual de honorários superior a 10% (dez por cento) sobre o planejamento e a execução de pesquisas e de outros instrumentos, de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas ou a serem realizadas, com a intermediação e supervisões da agência;
- percentual de honorários superior a 10% (dez por cento) sobre a criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias, com a intermediação e supervisão da agência.
- percentual de remuneração superior a 17% (dezessete por cento) sobre o valor da mídia digital contratada com a intermediação da agência, nos casos em que os veículos não remunerem a agência pelo desconto de agência, na forma do disposto no artigo 11 da Lei 4.680/65;
- desconto inferior a 50% (cinquenta por cento) a ser concedido sobre os custos internos, baseados na tabela referencial de custos internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de São Paulo;

Os percentuais de honorários acima indicados resultam da média geral apurada a partir dos orçamentos coletados, os quais serviram de base para a definição do preço referencial que orienta a presente concorrência, conforme documentação anexa.

A metodologia adotada para a elaboração da estimativa de despesas considerou a média aritmética simples dos valores obtidos na pesquisa de mercado. A opção pelo uso da média, em detrimento da mediana, justifica-se em razão da homogeneidade dos valores coletados, que apresentaram variação reduzida entre si, não havendo distorções significativas que pudessem comprometer a representatividade do resultado final. Dessa forma, a média reflete de maneira mais fiel o comportamento real do mercado, possibilitando a definição de um valor estimado equilibrado e compatível com a realidade praticada pelo setor.

A pesquisa de preços foi realizada com empresas especializadas no ramo de publicidade e propaganda, devidamente estabelecidas e atuantes no mercado, as quais concorrem entre si na prestação de serviços compatíveis com o escopo do objeto licitado. Essa seleção assegura a confiabilidade das informações coletadas e garante que os valores apurados correspondam às práticas efetivas do segmento, considerando o conjunto de atividades que integram o objeto contratual.

Dessa forma, a metodologia e os critérios de seleção adotados asseguram a obtenção de uma estimativa de despesas tecnicamente fundamentada, economicamente coerente e



PREFEITURA MUNICIPAL DE SÃO CARLOS

São Carlos, Capital da Tecnologia

compatível com a complexidade e abrangência dos serviços de publicidade pretendidos pela Administração Municipal.

Se houver divergência entre o preço expresso em algarismos e o expresso por extenso, a COMISSÃO DE CONTRATAÇÃO considerará o preço por extenso.

13.12 TRANSIÇÃO CONTRATUAL COM TRANSFERÊNCIA DE CONHECIMENTO, TECNOLOGIA E TÉCNICAS EMPREGADAS

Considerando que a capacidade técnica das licitantes é um dos quesitos julgados no âmbito do certame, não há, portanto, necessidade de transferência de conhecimento técnico da agência de propaganda ao término do contrato, já que ele é condição primordial para sua contratação.

14. DISPOSIÇÕES GERAIS

Todas as condições financeiras e de remuneração estabelecidas neste Termo de Referência deverão ser estritamente observadas, garantindo a conformidade com as diretrizes e limites predefinidos para a contratação.

14.1 PROCEDIMENTO LICITATÓRIO NA FORMA PRESENCIAL

Mantém-se o procedimento licitatório para a contratação de serviços publicitários, na forma presencial, com a apresentação das Propostas Técnica, de Preço e dos Documentos de Habilitação de forma física.

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

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

A manutenção da forma presencial, com apresentação das Propostas Técnica, de Preço e Documentos de Habilitação, justifica-se pela exigência legal quanto à garantia do sigilo na não identificação dos licitantes no Plano de Comunicação Publicitária Via Não Identificada, na forma do disposto no inciso IV do artigo 6º da lei 12.232/2010.

Cumprе evidenciar que a grande maioria das administrações públicas, notadamente dos municípios brasileiros, ainda não possuem estrutura técnica acessível mediante sistema online apta a garantir, em conformidade com a legislação aplicável, a não identificação dos proponentes pela Subcomissão Técnica na avaliação, julgamento e pontuação no Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada.



PREFEITURA MUNICIPAL DE SÃO CARLOS

São Carlos, Capital da Tecnologia

O Plano de Comunicação Publicitária Via Não Identificada deve ser apresentado de forma apócrifa e sem nenhum elemento que possa identificar o proponente.

O encaminhamento do citado Plano, de forma eletrônica, exige que o órgão ou entidade responsável pela licitação possua condições técnicas de preservar essa não identificação, assegurando a ausência de metadados nos arquivos apócrifos da proposta que possam identificar os licitantes, cuidando da criptografia desses arquivos e os adequando aos formatos digitais dos arquivos exigidos pelo edital.

Tais motivos fundamentam a decisão de manter, nesta licitação de serviços publicitários, a forma presencial na apresentação das Propostas Técnica e de Preço e nos Documentos de Habilitação.

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

14.2 PROVIDÊNCIAS A SEREM ADOTADAS PELA ADMINISTRAÇÃO PREVIAMENTE À CELEBRAÇÃO DO CONTRATO

De acordo com a Lei 12.232/2010 e com a lei 14.133/21, os trabalhos das diversas fases do certame estarão a cargo de:

- **Comissão de Contratação**, a ser constituída e nomeada de acordo com as regras vigentes e designada por esta Administração Pública para administrar todo o processo licitatório;
- **Subcomissão Técnica** a ser constituída e designada exclusivamente para o julgamento das Propostas Técnicas, de acordo com o previsto nos parágrafos 1º. e 2º do artigo 10 da Lei 12.232/2010, a ser composta por pessoas formadas em comunicação, publicidade ou marketing ou que atuem em uma dessas áreas.

Conforme disposto na lei 12.232/2010, a presente licitação deverá adotar para a composição da Subcomissão Técnica a quantidade mínima de 03 (três) membros, sendo pelo menos um deles sem vínculo funcional com a Prefeitura Municipal, com base nas experiências positivas vivenciadas em licitações anteriores.

A Prefeitura Municipal se reserva o direito de contratar profissional(is) técnico(s) de notória especialização, nos termos do art. 75, inciso XIII da Lei n. 14.133/21, para compor a Subcomissão Técnica na qualidade de membro(s) externo(s).

Serão adotadas providências para o cadastramento de 09 (nove) nomes a serem submetidos a sorteio dos membros da Subcomissão Técnica, nos termos da Lei n.



PREFEITURA MUNICIPAL DE SÃO CARLOS

São Carlos, Capital da Tecnologia

12.232/201, sendo a ordem de suplência sorteada entre os demais nomes remanescentes, para convocação nos eventuais casos de impedimento de algum dos titulares.

A condução dos demais procedimentos licitatórios será da competência da Comissão de Contratação, nos termos da lei 14.133/21 (art. 6º, inciso L).

15. DISPOSIÇÕES FINAIS

Os signatários do presente Termo de Referência estarão à disposição para prestar esclarecimentos adicionais sobre o objeto da contratação sempre que se fizer necessário.



Documento assinado digitalmente
ELIANA RODRIGUES
Data: 01/12/2025 12:13:49-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Funcionário Responsável

Secretaria Municipal de Cidade Inteligente e Transparência



Documento assinado digitalmente
MATEUS DE AQUINO
Data: 01/12/2025 12:36:50-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

MATEUS DE AQUINO

Secretário Municipal de Cidade inteligente e Transparência