



**CÂMARA MUNICIPAL DE  
FRANCISCO MORATO**  
PODER LEGISLATIVO

## ANEXO I

### **TERMO DE REFERÊNCIA – PROJETO BÁSICO CÂMARA MUNICIPAL DE FRANCISCO MORATO DE FRANCISCO MORATO**

#### **1. DEFINIÇÃO DO OBJETO**

1.1. A presente licitação tem por objeto a **PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE** para realização de atividades integradas que possibilitem 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 vistas a atender às demandas de **comunicação institucional** da **Câmara Municipal de Francisco Morato de Francisco Morato**.

Tais serviços compreendem:

- a) Estudo, planejamento, conceituação, concepção, criação, execução interna, intermediação e supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e meios de divulgação;
- b) Produção e execução técnica das peças e projetos criados;
- c) Planejamento e execução de pesquisas, avaliação e de geração de conhecimento relacionados a determinada ação publicitária;
- 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.

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

1.1.2. Os serviços previstos no subitem 1.1.1. **não abrangem** as atividades de ações promocionais, de patrocínio e de assessoria de comunicação, imprensa e relações públicas, nem a realização de eventos festivos de qualquer natureza.

1.1.3. Não se incluem no conceito de patrocínio mencionado no subitem precedente o patrocínio de mídia, ou seja, de projetos de veiculação em mídia



## CÂMARA MUNICIPAL DE FRANCISCO MORATO PODER LEGISLATIVO

ou em instalações, dispositivos e engenhos que funcionem como veículo de comunicação, bem como o patrocínio da transmissão de eventos esportivos, culturais ou de entretenimento, comercializados por veículo de comunicação.

1.2. Para a prestação dos serviços será contratada **uma agência de propaganda**, doravante denominada **agência, licitante ou contratada**.

1.3. A licitante **não** poderá subcontratar outra agência de propaganda para a execução de serviços previstos no subitem 1.1 deste Edital.

1.4. A agência atuará **por conta e ordem** da Câmara Municipal de Francisco Morato na contratação de fornecedores de bens e serviços especializados para a execução das atividades complementares a que se refere o subitem 1.1, bem como de veículos e demais meios de divulgação para a transmissão das mensagens publicitárias (Art. 3º da Lei nº 4.680/65 c/c o Art. 2º da Lei nº 12.232/10).

## 2. FUNDAMENTAÇÃO DA CONTRATAÇÃO

### 2.1. Justificativa

O presente Termo de Referência tem como objetivo expor os elementos essenciais relacionados à necessidade dos serviços de publicidade institucional a serem realizados por intermédio de agência de propaganda, a fim de **melhor atender às demandas de comunicação publicitária da Câmara Municipal de Francisco Morato de Francisco Morato**. Tais serviços visam dar maior transparência e visibilidade às ações do Poder Legislativo local, possibilitando **maior participação popular** nas atividades legislativas e na administração do Município.

A contratação de empresa especializada, mediante regular processo licitatório, **visa promover maior eficiência técnica e segurança operacional** à execução dos serviços, mitigando eventuais inconsistências com os dispositivos legais e normativos vinculados à matéria.

### 2.2. Dispositivos Legais e Normativos Vinculados à Contratação

- Lei nº 12.232/2010, que dispõe sobre licitações de serviços publicitários pela Administração Pública Federal, Estadual e Municipal;
- Lei nº 14.133/2021, lei geral que dispõe sobre licitações e contratos pela Administração Pública;
- Lei nº 4.680/1965, que dispõe sobre o exercício da profissão de Publicitário e de Agenciador de Propaganda.

## 3. DESCRIÇÃO DA SOLUÇÃO COMO UM TODO

RUA VIRGILIO MARTINS DE OLIVEIRA - CENTRO - CEP:07901-020

C.N.P.J. Nº 50.528.983/0001-01 - TEL: (11)4489-8888

e-mail: [camarafrmorato@uol.com.br](mailto:camarafrmorato@uol.com.br)

[www.camarafranciscomorato.sp.gov.br](http://www.camarafranciscomorato.sp.gov.br)



## CÂMARA MUNICIPAL DE FRANCISCO MORATO PODER LEGISLATIVO

Nos termos do artigo 2º da Lei nº 12.232/2010, o objeto do contrato de serviços de publicidade envolve:

“O conjunto de atividades realizadas integralmente 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.”

O §1º do artigo 2º da referida lei estabelece que nessas contratações possam ser incluídos os seguintes serviços especializados, como atividades complementares:

- I. Planejamento e 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, respeitado o disposto no artigo 3º da Lei;
- II. Produção e execução técnica das peças e projetos publicitários criados;
- III. 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.

De acordo com o §2º do mesmo artigo, 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 previstas no inciso I acima descrito, o artigo 3º da Lei nº 12.232/2010 restringe a execução apenas àquelas que tenham finalidade específica de aferir o desenvolvimento estratégico, a criação, a veiculação e a possibilidade de mensuração dos resultados das campanhas publicitárias realizadas na execução contratual, **sendo vedada** a inclusão de qualquer matéria que não guarde pertinência temática com a ação de publicidade ou com o objeto do contrato.

Dessa forma, pode-se afirmar que a propensa contratação será operacionalizada nos moldes estabelecidos pela Câmara Municipal de Francisco Morato de Francisco Morato, com destaque para os pontos abaixo:



## CÂMARA MUNICIPAL DE FRANCISCO MORATO PODER LEGISLATIVO

- a) Prazo de cinco dias úteis para a comprovação, pela agência contratada, dos pagamentos realizados a fornecedores especializados e veículos de comunicação e divulgação;
- b) Obrigação de prever em seus contratos com empresas independentes de checagem o **acesso da Câmara Municipal de Francisco Morato** aos relatórios e dados brutos que os originaram;
- c) Exclusão da exigência de manutenção de estrutura física no Município de Francisco Morato, **salvo** quando houver interesse público devidamente justificado;
- d) Eventual readequação dos perfis e quantitativos de profissionais para composição de uma equipe mínima no quadro das contratadas, para atendimento imediato e permanente da Câmara Municipal de Francisco Morato.

#### 4. ESPECIFICAÇÕES TÉCNICAS DOS SERVIÇOS

4.1. A contratação dos serviços publicitários **não** envolve a quantificação prévia e estimada dos produtos e serviços a serem executados durante a vigência contratual.

Diferentemente de serviços de natureza comum (executados segundo técnicas, protocolos e métodos preestabelecidos), para os quais caberia a modalidade pregão, os serviços de publicidade possuem **natureza predominantemente intelectual**, demandando a expertise das agências de propaganda na formulação de soluções criativas e adequadas para cada demanda.

A execução ocorrerá ao longo da vigência do contrato, abrangendo a criação, desenvolvimento, produção e veiculação de peças e campanhas publicitárias, conforme as necessidades e a conveniência da Administração. Não é, portanto, possível estimar previamente o quantitativo de produtos e serviços a serem fornecidos, pois isso dependerá das estratégias criativas e das necessidades surgidas no decorrer do contrato.

O planejamento estratégico de comunicação da Câmara Municipal de Francisco Morato de Francisco Morato tampouco possibilita um levantamento prévio das quantidades estimadas de produtos e serviços, uma vez que os desdobramentos criativos e estratégicos ficarão a cargo da agência contratada.

#### Principais necessidades de comunicação institucional



## CÂMARA MUNICIPAL DE FRANCISCO MORATO PODER LEGISLATIVO

A publicidade é imprescindível para apoiar a comunicação da Câmara Municipal de Francisco Morato de Francisco Morato, considerando as constantes incertezas dos cenários político, econômico e social. Nesse sentido, a contratação visa atender, prioritariamente, às seguintes necessidades de comunicação institucional:

- **Promoção da Ouvidoria:** Fortalecer a comunicação entre a Câmara e os munícipes, promovendo a Ouvidoria como canal direto e eficaz para o envio de demandas, sugestões e reclamações.
- **Conhecendo as Sessões Legislativas:** Desenvolver campanhas informativas sobre o funcionamento das sessões da Câmara Municipal de Francisco Morato, com o intuito de aumentar a compreensão e o acompanhamento das atividades legislativas pela população.
- **Divulgação sobre o Papel da Câmara Municipal de Francisco Morato:** Esclarecer a função institucional da Câmara e sua importância para o desenvolvimento socioeconômico local, bem como o papel que desempenha na vida dos munícipes.
- **Divulgação dos Serviços Prestados pela Câmara:** Informar de forma clara e objetiva os serviços disponíveis para os cidadãos, facilitando o acesso da população aos serviços públicos oferecidos pela instituição.
- **Informações sobre Aprovações Legislativas:** Divulgar as leis aprovadas e seu impacto no cotidiano dos cidadãos, garantindo que a população esteja devidamente informada sobre as decisões legislativas.
- **Promoção do Site Oficial da Câmara:** Incentivar o uso do portal oficial da Câmara Municipal de Francisco Morato como principal fonte de informações e serviços, promovendo sua acessibilidade e usabilidade.
- **Divulgação das Redes Sociais Oficiais:** Publicizar os canais oficiais da Câmara nas redes sociais, incentivando a interação direta com os munícipes e a disseminação de informações institucionais.
- **Prestação de Contas Semestral:** Realizar campanhas de prestação de contas das atividades realizadas pela Câmara, garantindo a transparência e a confiança da população na gestão pública.
- **Divulgação das Atividades Legislativas:** Simplificar e esclarecer as ações legislativas desenvolvidas pela Câmara, tornando-as acessíveis e compreensíveis para os cidadãos.
- **Facilidade de Contato com a Câmara:** Promover os canais de comunicação da Câmara, com o objetivo de facilitar o contato dos munícipes para esclarecimento de dúvidas e envio de sugestões.

RUA VIRGILIO MARTINS DE OLIVEIRA - CENTRO - CEP:07901-020

C.N.P.J. N° 50.528.983/0001-01 - TEL: (11)4489-8888

e-mail: [camarafrmorato@uol.com.br](mailto:camarafrmorato@uol.com.br)

[www.camarafranciscomorato.sp.gov.br](http://www.camarafranciscomorato.sp.gov.br)



## CÂMARA MUNICIPAL DE FRANCISCO MORATO PODER LEGISLATIVO

- **Educação sobre o Papel do Vereador:** Desenvolver campanhas educativas que esclareçam o papel do vereador no processo legislativo e no desenvolvimento da sociedade.

As campanhas publicitárias deverão aprimorar a comunicação entre a Câmara Municipal de Francisco Morato de Francisco Morato e seus munícipes, garantindo que a população esteja informada, envolvida e consciente das atividades legislativas, dos serviços públicos prestados e das decisões que impactam diretamente o cotidiano local.

Caberá à agência de publicidade contratada **elaborar um plano de comunicação eficaz e adequado às necessidades da Câmara Municipal de Francisco Morato**, com foco na divulgação de suas atividades, na prestação de contas à sociedade e na promoção do acesso aos serviços e informações oferecidos. Esse plano deverá ser dinâmico e flexível, ajustando-se conforme as demandas que surgirem durante a vigência contratual.

### 5. REQUISITOS DA CONTRATAÇÃO

A prestação dos serviços constantes deste Termo de Referência **será única**, não sendo tecnicamente viável a divisão em lotes que segreguem as atividades de planejamento e execução. Busca-se manter a **unidade** do trabalho de comunicação, uma vez que os serviços listados são interdependentes na realização da comunicação integrada.

Os **níveis de qualidade** dos serviços serão aferidos com critérios objetivos e mensuráveis, estabelecidos neste Termo de Referência, na Minuta de Contrato e em comum acordo entre Contratante e Contratada. Tais critérios deverão avaliar, entre outros aspectos, a qualidade, o desempenho, a disponibilidade, os custos, a abrangência/cobertura e o alcance do resultado pretendido.

Para garantir que a solução contratada seja capaz de suprir as necessidades da Câmara, foram estabelecidos os seguintes requisitos:

#### 5.1. Capacidade Técnica e Operacional

A licitante deverá apresentar **um ou mais atestado(s) e/ou declaração(ões) de capacidade técnica**, expedido(s) por pessoa(s) jurídica(s) de direito público ou privado, em nome da licitante, que comprove(m):

5.1.1. Aptidão para desempenho de atividade pertinente e compatível em características e quantidades com o objeto desta licitação, demonstrando que a licitante gerencia ou gerenciou serviços de publicidade e propaganda.

RUA VIRGILIO MARTINS DE OLIVEIRA - CENTRO - CEP:07901-020

C.N.P.J. N° 50.528.983/0001-01 - TEL: (11)4489-8888

e-mail: [camarafrmorato@uol.com.br](mailto:camarafrmorato@uol.com.br)

[www.camarafranciscomorato.sp.gov.br](http://www.camarafranciscomorato.sp.gov.br)



## CÂMARA MUNICIPAL DE FRANCISCO MORATO PODER LEGISLATIVO

5.1.2. Os atestados referentes ao fornecimento devem obedecer ao quantitativo mínimo de 50% (cinquenta por cento).

5.1.3. Será aceito o somatório de atestados e/ou declarações de períodos concomitantes para comprovar a capacidade técnica.

5.1.4. O(s) atestado(s) ou declaração(ões) de capacidade técnica deverá(ão) se referir a serviços prestados no âmbito da atividade econômica principal e/ou secundária da licitante, especificada no contrato social vigente.

### **5.2. Requisitos de Qualidade e Julgamento de Proposta Técnica**

Os equipamentos e serviços devem atender a padrões de qualidade e normas técnicas estabelecidas, para assegurar o **alcance dos objetivos** de cada campanha. A qualidade deve ser garantida em todas as etapas.

Conforme a Lei nº 12.232/2010 e a Lei nº 14.133/2021, a análise das propostas e a condução do julgamento técnico caberão a:

- **Comissão de Contratações**, designada pela Câmara Municipal de Francisco Morato de Francisco Morato, responsável por administrar o processo licitatório;
- **Subcomissão Técnica**, constituída exclusivamente para o julgamento das Propostas Técnicas, nos termos dos §§1º e 2º do artigo 10 da Lei nº 12.232/2010, a qual deve ser composta por profissionais de comunicação, publicidade ou marketing (ou que atuem em uma dessas áreas).

A Subcomissão Técnica terá no mínimo **3 (três) membros**, sendo **1 (um) deles sem vínculo funcional** com a Câmara Municipal de Francisco Morato. Serão adotadas providências para o sorteio dos membros e a definição da ordem de suplência, conforme determina a lei.

A **Comissão de Contratações**, nos termos do art. 6º, inciso L, da Lei nº 14.133/2021, será responsável pelos demais procedimentos licitatórios.

### **5.3. Conformidade Normativa e Legal**

A solução contratada deve estar em **total conformidade** com as regulamentações aplicáveis e normas técnicas específicas do setor, em especial:

- Lei nº 12.232/2010 (licitações de serviços publicitários);
- Lei nº 14.133/2021 (licitações e contratos administrativos em geral);
- Lei nº 4.680/1965 (exercício da profissão de Publicitário e de Agenciador de Propaganda).

### **5.4. Eficiência e Sustentabilidade**



## CÂMARA MUNICIPAL DE FRANCISCO MORATO PODER LEGISLATIVO

Devem ser priorizadas soluções que atendam a critérios de eficiência e que contribuam para a **sustentabilidade ambiental** e a **redução de custos operacionais**.

No tocante à responsabilidade socioambiental, deverá ainda ser incluída cláusula especificando que a Contratada deve:

“adotar, na execução dos serviços, boas práticas de sustentabilidade ambiental, de otimização de recursos, de redução de desperdícios e de diminuição da poluição.”

### **5.5. Capacidade de Integração e Compatibilidade**

A solução contratada deve ser **plenamente compatível** com a infraestrutura tecnológica existente na Câmara Municipal de Francisco Morato de Francisco Morato, garantindo integração harmônica e eficiente com sistemas e processos já em operação.

### **5.6. Requisitos de Prazo**

A execução dos serviços deve respeitar rigorosamente os **prazos** estabelecidos no termo de referência e/ou no contrato, observando-se cronogramas detalhados que assegurem a entrega nos prazos acordados.

### **5.7. Ampla Competitividade**

Os requisitos foram desenhados de forma a **assegurar ampla competitividade** entre os potenciais licitantes, permitindo a participação de empresas qualificadas, sem impor restrições que limitem a concorrência. A especificação foi cuidadosamente elaborada para garantir que todas as exigências sejam essenciais ao atendimento das necessidades desta Câmara, promovendo a melhor relação custo-benefício para a Administração.

### **5.8. Vigência Contratual**

5.8.1. A vigência inicial do contrato será de **12 (doze) meses**, podendo ser prorrogada por iguais períodos até o **limite máximo de 60 (sessenta) meses**, nos termos do artigo 107 da Lei Federal nº 14.133/2021, desde que autorizada pela autoridade competente e observados os seguintes requisitos:

- Demonstração formal de que o serviço possui natureza continuada;
- Relatório informando que o objeto tem sido prestado regularmente;
- Justificativa escrita de que a Administração mantém interesse na prestação do serviço;
- Comprovação de que o valor do contrato permanece economicamente vantajoso;
- Manifestação expressa da contratada quanto ao interesse na prorrogação;



## CÂMARA MUNICIPAL DE FRANCISCO MORATO PODER LEGISLATIVO

- Comprovação de que a contratada mantém as condições iniciais de habilitação.

5.8.2. A CONTRATADA **não** terá direito subjetivo à prorrogação, a qual dependerá de conveniência e oportunidade da Administração.

### 5.2. Requisitos Sociais

Compete à CONTRATADA, no que couber, atender aos seguintes requisitos sociais:

- a. Adotar práticas de gestão que garantam os direitos trabalhistas e o cumprimento das normas internas e de segurança e medicina do trabalho para seus empregados.
  - b. Não permitir a prática de trabalho análogo ao escravo ou qualquer outra forma de trabalho ilegal, bem como implementar esforços junto aos seus respectivos fornecedores de produtos e serviços, a fim de que estes também se comprometam no mesmo sentido.
  - c. Não empregar menores de 18 anos para trabalho noturno, perigoso ou insalubre, e menores de dezesesseis anos para qualquer trabalho, com exceção à categoria de Menor Aprendiz.
  - d. Não permitir a prática ou a manutenção de discriminação limitativa ao acesso na relação de emprego, ou negativa com relação a sexo, origem, raça, cor, condição física, religião, estado civil, idade, situação familiar ou estado gravídico, bem como implementar esforços nesse sentido junto aos seus fornecedores.
  - e. Respeitar o direito de formar ou associar-se a sindicatos, bem como negociar coletivamente, assegurando que não haja represálias.
- Desenvolver suas atividades respeitando a legislação fiscal, previdenciária e social, bem como os demais dispositivos legais relacionados à proteção dos direitos humanos, abstendo-se de impor aos colaboradores condições ultrajantes, sub-humanas ou degradantes de trabalho.

### 6. CONDIÇÕES GERAIS DA CONTRATAÇÃO



## **CÂMARA MUNICIPAL DE FRANCISCO MORATO** PODER LEGISLATIVO

### **6.1. Obrigações da Contratada**

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

Obriga-se também a Contratada por quaisquer responsabilidades decorrentes de ações judiciais, inclusive trabalhistas, que lhe venham a ser atribuídas por força de lei, relacionadas com o cumprimento do presente Edital e do contrato.

A Contratada deverá prestar esclarecimentos à CÂMARA MUNICIPAL DE FRANCISCO MORATO, sobre eventuais atos ou fatos desabonadores noticiados que a envolvam, independentemente de solicitação.

A Contratada só poderá divulgar informações acerca da prestação dos serviços objeto desta licitação, que envolva o nome da Câmara Municipal de Francisco Morato de Francisco Morato, se houver expressa autorização deste.

A seu critério, a Contratada poderá utilizar-se de seus representantes em outros Estados ou Municípios para serviços de criação e de produção, ou outros complementares ou acessórios que venham a ser necessários, desde que garantidas as condições previamente acordadas.

A Contratada obriga-se por si e por sua Equipe Técnica, ao cumprimento de todas as exigências contratuais e à manutenção de completo sigilo sobre os dados e informações fornecidos pela Administração, bem como a não divulgar a terceiros quaisquer informações relacionadas com o objeto contratado, sem a prévia autorização, por escrito, dada pela Administração.

A Contratada, igualmente, deverá cumprir os dispositivos contratuais e fornecer ao Contratante a legislação, os documentos e informações que lhe forem solicitados no interesse da consecução do objeto contratado, sob pena de assumir, com exclusividade, os riscos decorrentes da demora.

### **6.2. Obrigações Do Contratante**

Fornecer os elementos básicos e dados complementares necessários para o perfeito desenvolvimento dos serviços.



## **CÂMARA MUNICIPAL DE FRANCISCO MORATO**

PODER LEGISLATIVO

Cumprir todos os compromissos financeiros assumidos com a agência.

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

Efetuar os pagamentos conforme previsto no Edital.

### **6.3. Qualificação Técnica Da Empresa Contratada**

A Contratada apresentará com os documentos de habilitação, o certificado de qualificação técnica, na forma do disposto no artigo 4º da Lei 12.232/2010, fornecido pelo Conselho Executivo das Normas-Padrão – CENP ou por entidade equivalente, legalmente reconhecida como fiscalizadora e certificadora das condições técnicas de agências de propaganda.

### **6.4. Recursos e Dotações Orçamentárias**

A verba estimada é de R\$ 400.000 (quatrocentos mil reais) e constará da peça orçamentária em dotação específica.

### **6.5. Elaboração Da Proposta Técnica**

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

| <b>QUESITOS</b>                              | <b>SUBQUESITOS</b>                            |
|----------------------------------------------|-----------------------------------------------|
| <b>I – Plano de Comunicação publicitária</b> | <b>Raciocínio Básico</b>                      |
|                                              | <b>Estratégia de Comunicação Publicitária</b> |
|                                              | <b>Ideia Criativa</b>                         |
|                                              | <b>Estratégia de Mídia e Não Mídia</b>        |
| <b>II – Capacidade de Atendimento</b>        |                                               |



## CÂMARA MUNICIPAL DE FRANCISCO MORATO PODER LEGISLATIVO

|                                                      |  |
|------------------------------------------------------|--|
| III – Repertório                                     |  |
| IV – Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação |  |

### 6.5.1. Plano De Comunicação Publicitária

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

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

- a) Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada: não poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que possibilite, por si só, a identificação de sua autoria antes da abertura do invólucro n. 2.
- b) Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada: deverá constituir-se em exemplar com o mesmo conteúdo da Via Não Identificada – sem os exemplos de peças e ou material da Ideia Criativa e conter a identificação da licitante, assim como data e assinatura na última página e rubrica nas demais.

#### 6.5.1.1. Subquesitos:

- a- **Raciocínio Básico** é um subquesito que deverá ser desenvolvido por meio de texto, gráfico e/ou tabela no qual a licitante fará um diagnóstico das necessidades de comunicação publicitária da Câmara Municipal de Francisco Morato de Francisco Morato, sua compreensão sobre o objeto da licitação e, principalmente, sobre o desafio de comunicação expresso no briefing.
- b- **Estratégia de Comunicação Publicitária** é um subquesito que deverá ser desenvolvido por meio de texto, gráfico e/ou tabela no qual a licitante apresentará as linhas gerais de sua proposta para suprir o desafio de comunicação e alcançar os objetivos, geral e específicos, de comunicação relacionados a esse desafio expressos no briefing, compreendendo:



## CÂMARA MUNICIPAL DE FRANCISCO MORATO PODER LEGISLATIVO

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

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

c- **Idéia Criativa** é um sub quesito por meio do qual a licitante apresentará proposta de campanha publicitária para a execução da sua proposta de Estratégia de Comunicação Publicitária.

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

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

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

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

Peça sequencial, para qualquer meio (a exemplo de anúncio para revista, jornal, tablete, assim como painéis sequenciais de mídia exterior – outdoor, adesivagem de fingers) será considerada como uma peça, se o entendimento da mensagem depender da leitura do conjunto sequencial e uma peça sozinha não transmitir a mensagem completa da comunicação;

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

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

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

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

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



## CÂMARA MUNICIPAL DE FRANCISCO MORATO PODER LEGISLATIVO

Cada exemplo de peça e ou material deverá trazer indicação sucinta (exemplos: “cartaz”, “filme TV”, “spot rádio”, “anúncio revista”, “monstro internet”) formatada conforme previsão do subitem 4.3.5., VIII, destinada a facilitar seu cotejo com a relação de peças e ou material a que se refere o subitem 4.3.3.1.

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

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

Os exemplos de peças e ou material devem ter formatos compatíveis com suas características e se adequarem às dimensões do invólucro n. 1.

Peças que não se ajustem às dimensões do invólucro n. 1 poderão ser dobradas.

As peças gráficas poderão ser impressas em tamanho real ou reduzido – desde que não prejudique sua leitura- sem limitação de cores.

d- **Estratégia de Mídia e Não Mídia** é um subquesto que deverá ser desenvolvido por meio de textos, tabelas, gráficos e ou planilhas nos quais deverá ser apresentada a justificativa da estratégia e das táticas recomendadas, em consonância com a estratégia de comunicação publicitária sugerida pela licitante e em função da verba referencial indicada no briefing e a simulação do plano de distribuição em que a licitante identificará todas as peças e materiais.

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

- I. período de distribuição e veiculação das peças e ou material;
- II. quantidades de inserções das peças em veículos de divulgação;
- III. valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em veículos de divulgação, separadamente por meios;



## CÂMARA MUNICIPAL DE FRANCISCO MORATO PODER LEGISLATIVO

- IV. valores (absolutos e percentuais) alocados na produção e ou na execução técnica de cada peça destinada a veículos de divulgação;
- V. quantidades a serem produzidas de cada peça e ou material de não mídia;
- VI. valores (absolutos e percentuais) alocados na produção de cada peça e ou material de não mídia:

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

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

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



## CÂMARA MUNICIPAL DE FRANCISCO MORATO PODER LEGISLATIVO

### **6.5.1.2. Formatação Do Plano De Comunicação Publicitária**

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

- I. Caderno único, orientação retrato, com espiral preto colocado à esquerda;
- II. capa e contracapa em papel A4branco, com até 90 gr/m2, ambas em branco.
- III. conteúdo impresso em papel A4, branco, com até a 90 gr/m2, orientação retrato;
- IV. espaçamento de 2 cm, nas margens direita e esquerda, a partir da borda;
- V. títulos, entretítulos, parágrafos e linhas subsequentes sem recuos;
- VI. espaçamento “simples” entre linhas e, opcionalmente, duplo após título e entretítulos e entre parágrafos;
- VII. alinhamento justificado do texto.
- VIII. texto enumeração de páginas em fonte “arial”, cor “automático”, tamanho “12 Pontos”;
- IX. IX. numeração em todas as páginas, pelo editor de textos, a partir da primeira página interna, em algarismos arábicos, na parte inferior, lado direito da folha.

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

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

Os exemplos de peças e ou material integrantes do subquesito Idéia Criativa deverão ser apresentados em papel A4 ou A3, em papel até 90 gr, sem suporte.



## CÂMARA MUNICIPAL DE FRANCISCO MORATO PODER LEGISLATIVO

As tabelas e gráficos integrantes dos subquestos Raciocínio Básico e Estratégia de Comunicação Publicitária poderão:

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

As tabelas, gráficos e planilhas integrantes do subquestos Estratégia de Mídia e Não Mídia poderão:

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

### **6.5.2. – Capacidade De Atendimento**

A Capacidade de Atendimento da licitante deverá ser constituída por caderno específico composto por textos, tabelas, gráficos, diagramas, fotos e ou outros recursos por meios dos quais a licitante discriminará a relação nominal dos seus principais clientes na data da apresentação das Propostas, com a especificação do início de atendimento de cada um deles, a quantificação e a qualificação dos profissionais que poderão ser colocados à disposição da execução do contrato, a suas qualificações discriminando-se as áreas de estudo e planejamento, criação, produção de rádio, TV, cinema, internet, produção gráfica, mídia e atendimento.

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

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

Os profissionais indicados para fins de comprovação da capacidade de atendimento deverão participar da elaboração dos serviços objeto deste Edital, admitida sua substituição por profissionais de experiência equivalente ou



**CÂMARA MUNICIPAL DE  
FRANCISCO MORATO**  
PODER LEGISLATIVO

superior, mediante aprovação prévia da Câmara Municipal de Francisco Morato de Francisco Morato.

Também devem ser apresentadas as instalações, a infraestrutura e os recursos materiais que serão colocados à disposição para a execução do contrato, a sistemática de atendimento e os prazos a serem praticados, em condições normais de trabalho, na criação de peça avulsa ou de campanha e na elaboração de plano de mídia e as informações de marketing e comunicação, as pesquisas de audiência e a auditoria de circulação e controle de mídia que colocará regularmente à disposição da Câmara Municipal de Francisco Morato de Francisco Morato, sem ônus adicionais, na vigência do contrato.

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

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

#### **6.5.3. – Repertório**

O Repertório será constituído de peças e ou material concebidos e veiculados, expostos ou distribuídos pela licitante, agrupados em caderno específico onde deverão ser apresentadas 10 (dez) peças e ou material, independentemente do seu tipo ou característica e da forma de sua veiculação, exposição ou distribuição, observado que as peças e ou material devem ter sido veiculados, expostos ou distribuídos a partir de 1º de janeiro de 2014.

As peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD ou PEN-DRIVE, executáveis no sistema operacional Windows, podendo integrar o caderno específico ou ser apresentados separadamente (soltos);



## CÂMARA MUNICIPAL DE FRANCISCO MORATO PODER LEGISLATIVO

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

As peças e ou material não podem se referir a ações executadas no âmbito de contratos de prestação de serviços de publicidade de que a Câmara Municipal de Francisco Morato de Francisco Morato seja ou tenha sido signatária;

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

Para cada peça e ou material previstos, deverá ser apresentada ficha técnica com a indicação sucinta dos problemas que se propôs a resolver e a identificação da licitante e de seu cliente, além do título, data de produção período de veiculação, exposição e ou distribuição e, no caso de veiculação, menção de pelo menos um veículo que divulgou cada peça.

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

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

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

### **6.5.4. – Relatos De Soluções De Problemas De Comunicação**

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



## CÂMARA MUNICIPAL DE FRANCISCO MORATO PODER LEGISLATIVO

por seus clientes ou ex-clientes, desde que estes últimos tenham sido atendidos em período posterior a 31 de dezembro de 2016.

As propostas de que trata o subitem 8.5 devem ter recebido a autorização para sua produção ou ter sido veiculadas a partir de 1º de janeiro de 2014.

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

Os relatos deverão estar formalmente referendados pelos respectivos clientes ou ex-clientes, desde que estes tenham sido atendidos em período posterior a 31 de dezembro de 2016 e não podem referir-se a ações executadas no âmbito de contratos de prestação de serviços de publicidade de que a Câmara Municipal de Francisco Morato de Francisco Morato seja ou tenha sido signatária.

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

Na última página do relato deverá constar a indicação do nome empresarial do cliente e a assinatura do seu respectivo signatário acompanhada do seu nome e cargo ou função, além da assinatura do autor do relato.

Para cada Relato, é permitida a inclusão de até 5 (cinco) peças e ou material – não computados no limite de páginas independentemente do meio de divulgação, tipo ou característica da peça, caso em que, se incluídos:

as peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD ou PEN-DRIVE, executáveis no sistema operacional Windows, podendo integrar o caderno específico ou ser apresentados separadamente (soltos).

As peças gráficas poderão integrar o caderno específico, ou ser apresentadas separadamente (soltas), preservada, em qualquer hipótese, a compreensão de seu conteúdo e a indicação de suas dimensões originais: Se apresentadas



## CÂMARA MUNICIPAL DE FRANCISCO MORATO PODER LEGISLATIVO

separadamente (soltas), as peças poderão ter qualquer formato, podendo inclusive ser apresentadas dobradas ou não.

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

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

### 6.6. Elaboração Da Proposta De Preço

A Proposta de Preço deverá ser elaborada conforme modelo constante no anexo III, informando o percentual de honorários, sem a quebra de percentual, incidente sobre o preço dos serviços especializados prestados por fornecedores, referentes

- (i) à produção e à execução técnica de peça e ou material, assim como
- (ii) ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos, de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas ou a serem realizadas;
- (iii) à criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias;
- (iv) à intermediação na contratação de mídia digital, no caso em que os veículos não remunerarem a agência pelo desconto de agência, na forma do disposto no artigo 11 da Lei nº 4.682/65 e
- (v) o desconto, sob forma de percentual, sem quebra de percentual, a ser concedido nos custos internos, calculados sobre a Tabela Referencial de Custos Internos do Sindicato das **Agências de Propaganda do Estado de São Paulo**, em vigor, nos termos do art. 11 da Lei 4.680/65, evitando-se a inexequibilidade do contrato administrativo que vier a ser firmado e a



## CÂMARA MUNICIPAL DE FRANCISCO MORATO PODER LEGISLATIVO

remuneração pela intermediação na compra de mídia digital, nos casos em que os veículos não remunerem com o desconto de agência.

I - Não será aceito percentual de honorários superior a 15% (quinze por cento) sobre serviços externos de produção; sobre pesquisas e instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento e sobre formas inovadoras de comunicação publicitária e remuneração superior a 20% (vinte por cento) sobre o valor da mídia digital adquirida com a intermediação da agência, nos casos em que os veículos não remunerem a agência pelo desconto padrão de Agência;

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

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

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

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

VI. A Proposta de Preço deverá ter declaração da licitante:

Comprometendo-se a envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores de serviços especializados e veículos, quando for o caso, transferindo a Câmara Municipal de Francisco Morato de Francisco Morato as vantagens obtidas;  
Informando estar ciente e de acordo com as disposições alusivas a direitos autorais estabelecidas na minuta de contrato e conforme Anexo VII, a declaração de elaboração Independente da Proposta.



## CÂMARA MUNICIPAL DE FRANCISCO MORATO PODER LEGISLATIVO

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

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

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 relativos (i) à produção e à execução técnica de peça e ou material, assim como (ii) ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos, de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas ou a serem realizadas; (iii) à criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias, de percentual de descontos sobre a Tabela de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de São Paulo e o percentual de remuneração pela intermediação na aquisição de mídia digital, nos casos em que os veículos não remunerem a agência com o desconto de agência.

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

### **6.7. Disposições Gerais**

A Proposta Técnica deverá ser entregue à Comissão acondicionada em três invólucros distintos e a Proposta de Preço, no invólucro n. 4, na data, hora e local indicados no tópico “reunião de licitação” do preâmbulo do Edital.



## CÂMARA MUNICIPAL DE FRANCISCO MORATO PODER LEGISLATIVO

O invólucro n. 1 será padronizado e fornecido pela CÂMARA mediante solicitação formal da licitante à Comissão.

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

Os invólucros n.2, n. 3 e n. 4, serão providenciados pela licitante e deverão ser adequados às características de seu conteúdo, desde que invioláveis quanto às informações de que tratam até a sua abertura.

O invólucro n. 5, contendo os documentos de Habilitação, deverá ser entregue em sessão pública específica.

### 6.8. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS

O critério de julgamento para a classificação das licitantes será o de **TÉCNICA E PREÇO**, nos termos do art. 5º da Lei 12.232/2010 e dos artigos 36 e 37 da Lei 14.133/21, sendo que é estabelecido o peso **0,70** para a Proposta Técnica e peso **0,30** para a Proposta de Preço.

O julgamento das Propostas Técnicas será realizado pela Subcomissão Técnica, que julgará conforme os seguintes atributos dos quesitos e subquesitos desenvolvidos pela licitante:

#### I – PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

Raciocínio Básico - **10 pontos**- a acuidade de compreensão:

- das funções e do papel da Câmara Municipal de Francisco Morato de Francisco Morato nos contextos social, político e econômico;
- da natureza, da extensão e da qualidade das relações da Câmara Municipal de Francisco Morato de Francisco Morato com seus públicos;
- das características da Câmara Municipal de Francisco Morato de Francisco Morato e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária;
- o desafio de comunicação expresso no briefing;
- sobre a natureza e a extensão do objeto da licitação;



**CÂMARA MUNICIPAL DE  
FRANCISCO MORATO**  
PODER LEGISLATIVO

- das necessidades de comunicação a Câmara Municipal de Francisco Morato de Francisco Morato para solucionar esse desafio.

#### Estratégia de Comunicação Publicitária - 20 pontos

Adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza e à qualificação da Câmara Municipal de Francisco Morato de Francisco Morato e ao desafio de comunicação;

Consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito propostos;

Riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação da Câmara Municipal de Francisco Morato de Francisco Morato com seu público;

Adequação e a exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do desafio de comunicação expresso no Briefing;

Consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta

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

#### Ideia Criativa - 20 pontos

Adequação ao desafio de comunicação;

Adequação à estratégia de comunicação publicitária sugerida pela licitante;

Adequação ao universo cultural do público-alvo;

Multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;

Originalidade da combinação dos elementos que a constituem;

Simplicidade da forma sob a qual se apresenta;

Pertinência às atividades de comunicação da Câmara Municipal de Francisco Morato de Francisco Morato, assim como sua inserção nos contextos social, político e econômico;

Desdobramentos comunicativos que ensejam conforme demonstrado nos exemplos de peças e ou material apresentados;

Exequibilidade das peças e ou do material;

Compatibilidade da linguagem utilizada nas peças e ou no material aos meios e aos públicos propostos.

#### Estratégia de Mídia e Não Mídia - 15 pontos

RUA VIRGILIO MARTINS DE OLIVEIRA - CENTRO - CEP:07901-020

C.N.P.J. N° 50.528.983/0001-01 - TEL: (11)4489-8888

e-mail: [camarafrmorato@uol.com.br](mailto:camarafrmorato@uol.com.br)

[www.camarafranciscomorato.sp.gov.br](http://www.camarafranciscomorato.sp.gov.br)



## **CÂMARA MUNICIPAL DE FRANCISCO MORATO** PODER LEGISLATIVO

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

### **II. CAPACIDADE DE ATENDIMENTO 15 pontos**

Porte e a tradição dos clientes atuais da licitante e o conceito de seus produtos e serviços no mercado;  
Experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias;  
Adequação das qualificações e das quantificações desses profissionais à estratégia de comunicação publicitária da Câmara Municipal de Francisco Morato de Francisco Morato;  
Adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que estarão à disposição da execução do contrato;  
Operacionalidade do relacionamento entre a Câmara Municipal de Francisco Morato e a licitante, esquematizado na proposta;  
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 Câmara Municipal de Francisco Morato, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato.

### **III. REPERTÓRIO (10 pontos)**

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

### **IV. RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO (10 pontos)**

Evidência de planejamento publicitário;

Consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução;

RUA VIRGILIO MARTINS DE OLIVEIRA - CENTRO - CEP:07901-020

C.N.P.J. N° 50.528.983/0001-01 - TEL: (11)4489-8888

e-mail: [camarafrmorato@uol.com.br](mailto:camarafrmorato@uol.com.br)

[www.camarafranciscomorato.sp.gov.br](http://www.camarafranciscomorato.sp.gov.br)



## CÂMARA MUNICIPAL DE FRANCISCO MORATO PODER LEGISLATIVO

Relevância dos resultados apresentados;  
Concatenação lógica da exposição.

Cada membro da Subcomissão Técnica atribuirá pontos individuais a cada um dos quesitos e subquesitos, de acordo com a pontuação máxima, obedecidos intervalos de 0,5 (meio) ponto.

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

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

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

Será desclassificada a licitante que:

- I. não observar as determinações e as exigências deste Edital;
- II. tentar influenciar a Comissão ou a Subcomissão Técnica no processo de julgamento das Propostas.

Serão consideradas mais bem classificadas, na fase de julgamento da Proposta Técnica, as licitantes que obtiverem as maiores notas, observadas as condições mínimas indicadas neste Termo de Referência.

Se houver empate que impossibilite a identificação automática das licitantes mais bem classificadas nesta fase, serão assim consideradas as que obtiverem as maiores pontuações, sucessivamente, nos subquesitos ideia criativa, estratégia de comunicação publicitária, estratégia de mídia e não mídia e nos quesitos capacidade de atendimento, relatos de soluções de problemas de comunicação e repertório.



## CÂMARA MUNICIPAL DE FRANCISCO MORATO PODER LEGISLATIVO

Persistindo o empate, a decisão será feita por sorteio, a ser realizado na própria sessão ou em ato público marcado pela Comissão, para o qual serão convidadas todas as licitantes.

Serão consideradas vencedoras do julgamento final das Propostas Técnicas as licitantes mais bem classificadas na Proposta Técnica.

### 6.9. JULGAMENTO DA PROPOSTA DE PREÇOS

Serão avaliadas e valoradas as propostas segundo os critérios abaixo:

Percentual de honorários sobre

(i) à produção e à execução técnica de peça e ou material,

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

(ii) ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos, de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas ou a serem realizadas;

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



## **CÂMARA MUNICIPAL DE FRANCISCO MORATO**

PODER LEGISLATIVO

(iii) à criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias, fixados nos limites estabelecidos:

| <b>Pontos</b> | <b>Percentual de honorários</b> |
|---------------|---------------------------------|
| 20            | 10% ou abaixo de 10%            |
| 15            | 11%                             |
| 12            | 12%                             |
| 10            | De 13% a 14%                    |
| 05            | 15%                             |

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

| <b>Pontos</b> | <b>Desconto sobre a tabela de custos internos</b> |
|---------------|---------------------------------------------------|
| 20            | 50% ou acima de 50%                               |
| 15            | 45%                                               |
| 12            | 40%                                               |
| 10            | 35%                                               |
| 05            | 30%                                               |

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

| <b>Pontos</b> | <b>Percentual de remuneração</b> |
|---------------|----------------------------------|
| 20            | Até 15%                          |
| 18            | 16%                              |
| 15            | 17%                              |
| 12            | 18%                              |
| 10            | 19%                              |
| 05            | 20%                              |



## CÂMARA MUNICIPAL DE FRANCISCO MORATO PODER LEGISLATIVO

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

NFPC = Nota final da Proposta Comercial

D1 – Pontuação aplicada ao Percentual sobre honorários de produção externa;

D2 – Pontuação aplicada ao percentual de honorários incidentes sobre planejamento e execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação;

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

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

D5 – Pontuação aplicada ao percentual de remuneração pela intermediação na aquisição de mídia digital, nos casos em que os veículos não remunerem com o desconto de agência

NFPC = D1 + D2+D3+D4+D5

### **6.10. JULGAMENTO DAS MELHORES PROPOSTAS, APLICANDO-SE A MÉDIA PONDERADA ENTRE A MELHOR PROPOSTA TÉCNICA E A MELHOR PROPOSTA DE PREÇOS**

A Pontuação Final será obtida através da fórmula abaixo, conforme previsto no artigo 36, parágrafo 2º. da Lei 14.133/21.

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

PF = Pontuação final

NFPT = Pontuação relativa à proposta técnica

NFPC = Pontuação relativa à proposta comercial

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

Estratégia de Comunicação Publicitária, b) Idéia Criativa c) Raciocínio Básico e d) Estratégia de Mídia e Não Mídia

### **6.11. SUBCOMISSÃO TÉCNICA**

Esta Concorrência será processada e julgada pela Comissão, na forma do art. 10 da Lei 12.232/10, com exceção da análise e julgamento das Propostas

RUA VIRGILIO MARTINS DE OLIVEIRA - CENTRO - CEP:07901-020

C.N.P.J. N° 50.528.983/0001-01 - TEL: (11)4489-8888

e-mail: [camarafrmorato@uol.com.br](mailto:camarafrmorato@uol.com.br)

[www.camarafranciscomorato.sp.gov.br](http://www.camarafranciscomorato.sp.gov.br)



**CÂMARA MUNICIPAL DE  
FRANCISCO MORATO**  
PODER LEGISLATIVO

Técnicas, que serão analisadas e julgadas por Subcomissão Técnica, composta por 03 (três) membros sorteados em sessão pública e publicado no Jornal Oficial do Município.

## **7. DAS SANÇÕES ADMINISTRATIVAS**

**7.1.** Comete infração administrativa nos termos da Lei nº 14.133, de 2021, a CONTRATADA que:

- a)** Dar causa à inexecução parcial do contrato;
- b)** Dar causa à inexecução parcial do contrato que cause grave dano à Administração, ao funcionamento dos serviços públicos ou ao interesse coletivo;
- c)** Dar causa à inexecução total do contrato;
- d)** Deixar de entregar a documentação exigida para o certame;
- e)** Não manter a proposta, salvo em decorrência de fato superveniente devidamente justificado;
- f)** Não celebrar o contrato ou não entregar a documentação exigida para a contratação, quando convocado dentro do prazo de validade de sua proposta;
- g)** Ensejar o retardamento da execução ou da entrega do objeto da licitação sem motivo justificado;
- h)** Apresentar declaração ou documentação falsa exigida para o certame ou prestar declaração falsa durante a licitação ou a execução do contrato;
- i)** Fraudar a licitação ou praticar ato fraudulento na execução do contrato;
- j)** Comportar-se de modo inidôneo ou cometer fraude de qualquer natureza;
- k)** Praticar atos ilícitos com vistas a frustrar os objetivos da licitação;
- l)** Praticar ato lesivo previsto no art. 5º da Lei nº 12.846, de 1º de agosto de 2013.

**7.2.** A CONTRATADA que cometer as infrações discriminadas acima ficará sujeita, sem prejuízo da responsabilidade civil e criminal, às seguintes sanções:

- a)** Advertência, se não justificar pena mais grave;
- b)** Multa de 0,5 a 20% do valor do contrato, por qualquer das infrações administrativas;
- c)** Impedimento de licitar e contratar com o ente federativo, por até 3 anos, quando não se justificar a imposição de pena mais grave;



## **CÂMARA MUNICIPAL DE FRANCISCO MORATO** PODER LEGISLATIVO

**d)** Declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com qualquer ente federativo, por um período entre 3 e 6 anos, aplicável também quando for o caso de impor pena mais grave.

**7.3.** A CONTRATADA também estará sujeita às seguintes penalidades em caso de inadimplemento de suas obrigações, garantido o contraditório e ampla defesa:

- a)** Advertência;
- b)** Multa moratória;
- c)** Multa compensatória;
- d)** Multa rescisória, nos casos de rescisão unilateral por descumprimento contratual; e) Suspensão do direito de participar de licitação e de contratar com o legislativo, por até 2 anos.

**7.4.** As sanções de advertência e suspensão do direito de licitar poderão ser aplicadas cumulativamente com as sanções de multa moratória, compensatória e rescisória.

**7.5.** A aplicação das penalidades será realizada mediante processo administrativo, assegurando-se à CONTRATADA o direito à ampla defesa e ao contraditório.

**7.6.** A execução de qualquer sanção administrativa não exime o infrator da obrigação de corrigir as irregularidades que deram origem à sanção.

**7.7.** As multas aplicadas após regular processo administrativo serão descontadas das garantias do contrato. Se o valor da multa exceder o valor da garantia prestada, o saldo devedor será cobrado dos pagamentos devidos pela Administração ou, quando necessário, cobrado judicialmente.

## **8. OBRIGAÇÕES GERAIS E PERFIL DA CONTRATAÇÃO**

**8.1.** Obrigações Gerais:

- a)** A CONTRATADA deverá cumprir todas as obrigações constantes neste Termo de Referência, seus anexos e sua proposta, assumindo como exclusivamente seus, os riscos e as despesas decorrentes da boa e perfeita execução do objeto.



## **CÂMARA MUNICIPAL DE FRANCISCO MORATO**

PODER LEGISLATIVO

- b)** A CONTRATADA será responsável pela qualidade dos serviços prestados, devendo assegurar que os profissionais alocados para a execução das atividades sejam devidamente capacitados e possuam os conhecimentos necessários para desempenhar suas funções com eficiência.
- c)** A CONTRATADA deverá fornecer as diretrizes necessárias para a perfeita execução das campanhas publicitárias, na qualidade e quantidades especificadas neste Termo de Referência.
- d)** A CONTRATADA deverá observar e cumprir todas as normas técnicas vigentes, especialmente as relacionadas a publicidade institucional, garantindo que os serviços sejam executados de forma segura e em conformidade com a legislação aplicável.
- e)** A CONTRATADA se obriga a cumprir fielmente o disposto neste Termo de Referência, no Estudo Técnico Preliminar e nos demais documentos que integram o processo de contratação, bem como as obrigações assumidas conforme a Lei nº 14.133/2021.
- f)** É de responsabilidade da CONTRATADA todas as obrigações trabalhistas, sociais, previdenciárias e tributárias, bem como os demais custos advindos da contratação, abstendo-se a CONTRATANTE de qualquer responsabilidade solidária ou subsidiária.

### **9. DA EXIGÊNCIA DE APRESENTAÇÃO DE SEGURO**

#### **9.1. Exigência de Apresentação de Seguro:**

**9.1.1.** Conforme o artigo 58 da Lei nº 14.133/2021, será exigido da proponente licitante a apresentação de seguro garantidor da proposta no percentual de 1% do valor estimado do contrato.

**9.1.2.** O seguro garantidor da proposta deverá ser apresentado no momento da habilitação do licitante e deverá cobrir eventuais prejuízos decorrentes da não celebração do contrato por parte do licitante vencedor.

**9.1.3.** Posteriormente, o licitante vencedor de cada lote deverá apresentar garantia contratual no percentual de 5% do valor de sua contratação, conforme artigos 96 e 97 da Lei nº 14.133/2021.

**9.1.4.** A garantia contratual poderá ser prestada nas modalidades previstas na legislação vigente, sendo elas: caução em dinheiro ou em títulos da dívida pública, seguro-garantia ou fiança bancária.



## **CÂMARA MUNICIPAL DE FRANCISCO MORATO**

PODER LEGISLATIVO

**9.1.5.** A garantia contratual tem por objetivo assegurar o fiel cumprimento das obrigações contratuais assumidas pelo contratado, cobrindo eventuais prejuízos que possam ser causados à Administração pela inexecução parcial ou total do contrato.

### **9.2. Considerações Finais:**

**9.2.1.** A não apresentação da garantia de proposta implicará na inabilitação do licitante.

**9.2.2.** A não apresentação da garantia contratual no prazo estabelecido no edital implicará na rescisão unilateral do contrato pela Administração, sem prejuízo das sanções cabíveis.

## **10. MODELO DE EXECUÇÃO CONTRATUAL**

**10.1.** Prazo de Execução dos Serviços: O prazo de execução dos serviços será de 12 (doze) meses, com início na data de assinatura do contrato, podendo ser prorrogado por períodos iguais e sucessivos, totalizando o limite máximo de 120 (cento e vinte) meses, nos termos do artigo 107 da Lei Federal n.º 14.133/21.

**10.1.2.** A execução do objeto deverá iniciar-se em até 5 (cinco) dias após a assinatura do contrato.

**10.2.** Descrição Detalhada da Execução dos Serviços: A execução do objeto seguirá a dinâmica descrita na seção de REQUISITOS DA CONTRATAÇÃO deste termo.

**10.2.2.** A descrição detalhada dos métodos, rotinas, etapas, tecnologias, procedimentos, frequência e periodicidade de execução do trabalho deverá ser rigorosamente observada conforme especificado.

## **11. MODELO DE GESTÃO DO CONTRATO**

**11.1.** Prazo de Pagamento: A contratação deverá ser executada fielmente pelas partes, de acordo com as cláusulas avençadas e as normas da Lei nº 14.133, de 2021, e cada parte responderá pelas consequências de sua inexecução total ou parcial.



## CÂMARA MUNICIPAL DE FRANCISCO MORATO PODER LEGISLATIVO

**11.1.2.** As comunicações entre contratante e contratada devem ser realizadas por escrito sempre que o ato exigir tal formalidade, admitindo-se o uso de mensagem eletrônica para esse fim.

**11.2.** Fiscalização da Execução: A execução deverá ser acompanhada e fiscalizada pelo(s) fiscal(is) do contrato (fiscal técnico e administrativo) e/ou gestor, ou pelos respectivos substitutos nos moldes a seguir e de acordo com as prerrogativas dispostas na Lei 14.133/2021.

**11.2.2.** O fiscal do contrato acompanhará a execução do contrato, para que sejam cumpridas todas as condições estabelecidas no contrato, de modo a assegurar os melhores resultados para a Administração.

**11.2.3.** O fiscal do contrato anotará em registro próprio todas as ocorrências relacionadas à execução do contrato, determinando o que for necessário para a regularização das faltas ou dos defeitos observados.

**11.2.4.** Identificada qualquer inexatidão ou irregularidade, o fiscal do contrato emitirá notificações para a correção da execução do contrato, determinando um prazo para a correção.

**11.2.5.** O fiscal do contrato informará ao gestor de contratos, em tempo hábil, a situação que demandar decisão ou adoção de medidas que ultrapassem sua competência, para que adote as medidas necessárias e saneadoras, se for o caso.

**11.2.6.** No caso de ocorrências que possam inviabilizar a execução do contrato nas datas aprazadas, o fiscal do contrato comunicará o fato imediatamente ao gestor de contratos.

**11.2.7.** O fiscal do contrato comunicará ao gestor de contratos, em tempo hábil, o término da ata sob sua responsabilidade, com vistas à renovação tempestiva ou à prorrogação.

**11.2.8.** O fiscal do contrato verificará a manutenção das condições de habilitação da contratada, acompanhará o empenho, o pagamento, as garantias, as glosas e a formalização de apostilamento e termos aditivos, solicitando quaisquer documentos comprobatórios pertinentes, caso necessário.

**11.2.9.** Caso ocorram descumprimentos das obrigações contratuais, o fiscal do contrato atuará tempestivamente na solução do problema, reportando ao gestor de contratos para que tome as providências cabíveis, quando ultrapassar a sua competência.



## CÂMARA MUNICIPAL DE FRANCISCO MORATO PODER LEGISLATIVO

**11.2.10.** O gestor de contratos coordenará a atualização do processo de acompanhamento e fiscalização do contrato contendo todos os registros formais da execução no histórico de gerenciamento da ata, a exemplo da ordem de serviço, do registro de ocorrências, das alterações e das prorrogações contratuais, elaborando relatório com vistas à verificação da necessidade de adequações do contrato para fins de atendimento da finalidade da administração.

**11.2.11.** O gestor de contratos acompanhará os registros realizados pelo fiscal do contrato, de todas as ocorrências relacionadas à execução e as medidas adotadas, informando, se for o caso, à autoridade superior àquelas que ultrapassarem a sua competência.

**11.2.12.** O gestor de contratos acompanhará a manutenção das condições de habilitação da contratada, para fins de empenho de despesa e pagamento, e anotará os problemas que obstem o fluxo normal da liquidação e do pagamento da despesa no relatório de riscos eventuais.

**11.2.13.** O gestor de contratos tomará providências para a formalização de processo administrativo de responsabilização para fins de aplicação de sanções, a ser conduzido pela comissão de que trata o art. 158 da Lei nº 14.133/2021, ou pelo agente ou pelo departamento/setor com competência para tal, conforme o caso.

**11.2.14.** O gestor de contratos deverá elaborar relatório final com informações sobre a consecução dos objetivos que tenham justificado a contratação e eventuais condutas a serem adotadas para o aprimoramento das atividades da Administração.

**11.2.15.** O mesmo servidor poderá exercer as funções de fiscal técnico e fiscal administrativo.

**11.2.16.** O contratado será obrigado a reparar, corrigir, remover, reconstruir ou substituir, a suas expensas, no total ou em parte, o objeto do contrato em que se verificarem vícios, defeitos ou incorreções resultantes de sua execução ou de materiais nela empregados.

**11.2.17.** O contratado será responsável pelos danos causados diretamente à Administração ou a terceiros em razão da execução do contrato, e não excluirá nem reduzirá essa responsabilidade a fiscalização ou o acompanhamento pelo contratante.

**11.2.18.** Somente o contratado será responsável pelos encargos trabalhistas, previdenciários, fiscais e comerciais resultantes da execução do contrato (Lei nº 14.133/2021, art. 121, caput).



## **CÂMARA MUNICIPAL DE FRANCISCO MORATO** PODER LEGISLATIVO

**11.2.19.** A inadimplência do contratado em relação aos encargos trabalhistas, fiscais e comerciais não transferirá à Administração a responsabilidade pelo seu pagamento e não poderá onerar o objeto do contrato (Lei nº 14.133/2021, art. 121, §1º).

**11.2.20.** O órgão ou entidade poderá convocar representante da empresa para adoção de providências que devam ser cumpridas de imediato.

**11.2.21.** Antes do pagamento da nota fiscal ou da fatura, deverá ser consultada a situação da empresa junto ao SICAF.

**11.2.22.** Serão exigidos a Certidão Negativa de Débito (CND) relativa a Créditos Tributários Federais e à Dívida Ativa da União, o Certificado de Regularidade do FGTS (CRF) e a Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas (CNDT), caso esses documentos não estejam regularizados no SICAF. O pagamento será efetuado no prazo máximo de até 30 dias do recebimento da nota fiscal.

## **12. CRITÉRIOS DE MEDIÇÃO E PAGAMENTO**

**12.1.** A avaliação da execução do objeto utilizará o disposto neste item.

**12.1.1.** Será indicada a retenção ou glosa no pagamento, proporcional à irregularidade verificada, sem prejuízo das sanções cabíveis, caso se constate que a Contratada: não produzir os resultados acordados.

**12.1.1.2.** deixar de executar, ou não executar com a qualidade mínima exigida o fornecimento objeto desta contratação; ou

**12.1.1.3.** deixar de utilizar materiais/entregar materiais e/ou recursos humanos exigidos para a execução do serviço, ou utilizá-los com qualidade ou quantidade inferior à demandada.

**12.2.** Do Recebimento:

**12.2.1.** Os serviços serão recebidos provisoriamente, no prazo de 5 (cinco) dias.

**12.2.2.** O prazo da disposição acima será contado do recebimento de comunicação de cobrança oriunda do contratado com a comprovação da prestação dos serviços a que se referem a parcela a ser paga.



## CÂMARA MUNICIPAL DE FRANCISCO MORATO PODER LEGISLATIVO

**12.2.3.** Para efeito de recebimento provisório, ao final de cada período de faturamento/aceite de execução dos serviços, será apurado o resultado das avaliações da execução do objeto e, se for o caso, a análise do desempenho e qualidade da prestação dos serviços realizados em consonância com os indicadores previstos, que poderá resultar no redimensionamento de valores a serem pagos à contratada, registrando em relatório a ser encaminhado ao gestor do contrato.

**12.2.3.1.** Será considerado como ocorrido o recebimento provisório com a entrega do termo detalhado ou, em havendo mais de um a ser feito, com a entrega do último;

**12.2.3.2.** O Contratado fica obrigado a reparar, corrigir, remover, reconstruir ou substituir, às suas expensas, no todo ou em parte, o objeto em que se verificarem vícios, defeitos ou incorreções resultantes da execução ou materiais empregados, no prazo de até 3 (três) dias, cabendo à fiscalização não atestar a última e/ou única medição de serviços até que sejam sanadas todas as eventuais pendências que possam vir a ser apontadas no Recebimento Provisório.

**12.2.3.3.** A fiscalização não efetuará o ateste da última e/ou única medição de serviços ou produtos recebidos até que sejam sanadas todas as eventuais pendências que possam vir a ser apontadas no Recebimento Provisório (Art. 119 c/c art. 140 da Lei nº 14.133, de 2021).

**12.2.3.4.** O recebimento provisório também ficará sujeito, quando cabível, à conclusão de todos os testes ou verificação da execução em campo e à entrega dos Manuais e Instruções exigíveis (quando aplicável).

**12.2.3.5.** Os serviços poderão ser rejeitados, no todo ou em parte, quando em desacordo com as especificações constantes neste Termo de Referência e na proposta, sem prejuízo da aplicação das penalidades.

**12.3.** No caso de controvérsia sobre a execução do objeto, quanto à dimensão, qualidade e quantidade, deverá ser observado o teor do art. 143 da Lei nº 14.133, de 2021, comunicando-se à empresa para emissão de Nota Fiscal no que pertence à parcela incontroversa da execução do objeto, para efeito de liquidação e pagamento.

**12.4.** Nenhum prazo de recebimento ocorrerá enquanto pendente a solução, pelo contratado, de inconsistências verificadas na execução do objeto ou no instrumento de cobrança.



## **CÂMARA MUNICIPAL DE FRANCISCO MORATO** PODER LEGISLATIVO

**12.5.** O recebimento provisório ou definitivo não excluirá a responsabilidade civil, nem a responsabilidade ético-profissional pela perfeita execução do contrato.

**12.6.** Liquidação:

**12.6.1** Recebida a Nota Fiscal ou documento de cobrança equivalente, a liquidação deverá ser realizada no máximo até 30 (trinta) dias contados do recebimento.

**12.6.2** Para fins de liquidação, o setor competente deverá verificar se a nota fiscal ou instrumento de cobrança equivalente apresentado expressa os elementos necessários e essenciais do documento, tais como:

**12.6.2.1.** o prazo de validade;

**12.6.2.2.** a data da emissão;

**12.6.2.3.** os dados do contrato e do órgão contratante;

**12.6.2.4.** o período respectivo de execução do contrato;

**12.6.2.5.** o valor a pagar;

**12.6.2.6.** eventual destaque do valor de retenções tributárias cabíveis; e

**12.6.2.7.** vencimento.

**12.6.3.** Havendo erro na apresentação da Nota Fiscal/Fatura, ou circunstância que impeça a liquidação da despesa, esta ficará sobrestada até que o contratado providencie as medidas saneadoras, reiniciando-se o prazo após a comprovação da regularização da situação, sem ônus à contratante.

**12.7.** Forma de Pagamento:

**12.7.1.** O pagamento será realizado por meio de código de barras da fatura apresentada pelo contratado ou através de ordem bancária, para crédito em banco, agência e conta corrente indicados pelo contratado.

**12.7.2.** Será considerada data do pagamento o dia em que constar como emitida a ordem bancária para pagamento.

**12.7.3.** Quando do pagamento, será efetuada a retenção tributária prevista na legislação aplicável.

**12.7.3.1.** Independentemente do percentual de tributo inserido na planilha, quando houver, serão retidos na fonte, quando da realização do pagamento, os percentuais estabelecidos na legislação vigente.



## **CÂMARA MUNICIPAL DE FRANCISCO MORATO**

PODER LEGISLATIVO

### **13- ADEQUAÇÃO ORÇAMENTÁRIA**

**13.1.** Dotação Orçamentária: As despesas decorrentes da presente contratação correrão à conta de recursos específicos consignados no Orçamento da Câmara Municipal de Francisco Morato de Francisco Morato

**A contratação será atendida pela seguinte dotação:**

**Gestão/Unidade:** Câmara Municipal

**Fonte de Recursos:** 1 - Tesouro

**Programa de Trabalho:** 0001 - Gestão Legislativo

**Elemento de Despesa:** 3.3.90.40.99

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

### **14. CONTRATAÇÕES CORRELATAS E/OU INTERDEPENDENTES**

**14.1.** Não há registro de contratações correlatas ou interdependentes.

### **15. ALINHAMENTO ENTRE A CONTRATAÇÃO E O PLANEJAMENTO**

**15.1.** A presente demanda decorre do planejamento estabelecido para 2025, sendo essencial à manutenção das atividades fins do órgão, assegurando a publicidade e transparência da Câmara Municipal de Francisco Morato de Francisco Morato

### **16. RESULTADOS PRETENDIDOS**

Com a contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agência de propaganda, a Câmara Municipal de Francisco Morato 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 Governo municipal.

Ao desenvolver uma publicitária mais assertiva, a Câmara Municipal de Francisco Morato também estará rentabilizando o orçamento destinado para esse fim, o que caracteriza o uso responsável dos recursos públicos.

RUA VIRGILIO MARTINS DE OLIVEIRA - CENTRO - CEP:07901-020

C.N.P.J. N° 50.528.983/0001-01 - TEL: (11)4489-8888

e-mail: [camarafrmorato@uol.com.br](mailto:camarafrmorato@uol.com.br)

[www.camarafranciscomorato.sp.gov.br](http://www.camarafranciscomorato.sp.gov.br)



## CÂMARA MUNICIPAL DE FRANCISCO MORATO PODER LEGISLATIVO

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

A tempestividade decorre do ato de que 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.

Nesse trabalho, a Câmara Municipal de Francisco Morato 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 Câmara Municipal de Francisco Morato por meio da proposição das estratégias de 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 sua disposição ou adotar posturas positivas que tragam benefícios reais para a sua vida.

Dessa forma, com a contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agências de propaganda, a Câmara Municipal de Francisco Morato pretende agregar maior adequabilidade, qualidade e eficiência ao processo de implementação da política de comunicação desta Câmara Municipal de Francisco Morato, trazendo maior transparência aos atos de



**CÂMARA MUNICIPAL DE  
FRANCISCO MORATO**  
PODER LEGISLATIVO

gestão, além de contribuir para maior efetividade do exercício da cidadania pela população.

## **17. DECLARAÇÃO DE VIABILIDADE**

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 Câmara Municipal de Francisco Morato, 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 Câmara Municipal de Francisco Morato observa rigorosamente todos os dispositivos legais e normativos vinculados à matéria, minimizando eventuais riscos de questionamentos por parte de órgãos de controle e auditoria.

**KALISSA CAROLINA PEREIRA DA SILVA**

Secretária Administrativa

Francisco Morato, 25 de julho de 2025.

Aprovo

**RODRIGO MARTINS DE SENA**

Presidente