

PREFEITURA DO MUNICÍPIO DE MAUÁ
GABINETE DO PREFEITO
COORDENADORIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL



CONCORRÊNCIA PÚBLICA N°. 006/2021

PROCESSO DE COMPRAS N°: 5162/2021

DATA DE RECEBIMENTO E ABERTURA DOS ENVELOPES: 20/12/2021

HORÁRIO: 09:00 horas

O Município de Mauá, por meio do Gabinete do Prefeito e Coordenadoria de Comunicação Social, torna público, para conhecimento de quantos possam se interessar, que fará realizar licitação na modalidade **CONCORRÊNCIA** do tipo **TÉCNICA E PREÇO**, pelo regime de **EMPREITADA POR PREÇO GLOBAL**, objetivando a contratação de Agência de Publicidade, Propaganda e Marketing para execução de serviços de criação e divulgação de publicidade institucional de interesse público, incluindo os atos, programas, obras, serviços e campanhas da Prefeitura do Município de Mauá, em âmbito regional, nacional e internacional, de acordo com as condições estabelecidas no presente edital e em seus Anexos, segundo disposição da legislação vigente, em especial o artigo 37, parágrafo 1º da Constituição Federal e da Lei Federal nº 8.666/93 que rege as licitações e contratos, além das disposições específicas na Lei Federal nº 4.680, de 18 de junho de 1965, Decreto Federal nº 57.690, de 1º de fevereiro de 1966, com as alterações do Decreto nº 2262, de 26 de junho de 1997 e Lei Federal nº 12.232, de 29 de abril de 2010, com as Normas-padrão para a Prestação de Serviços pelas Agências de Publicidade e Propaganda, Veículos de Comunicação e suas recíprocas relações vigentes, Código de Ética dos Profissionais de Publicidade e Propaganda, bem como suas alterações, CENP – Conselho Executivo das Normas Padrão vigente, bem como o Código de Auto Regulamentação Publicitária e às Especificações Técnicas anexas a este edital.

Os servidores que integram a Comissão Permanente de Licitações, que foi constituída pela Portaria nº 11.496 de 01/09/2021.

As informações administrativas relativas à presente concorrência poderão ser obtidas junto ao Departamento de Compras, no endereço indicado no preâmbulo do presente, das 09h às 17h, até o último dia útil imediatamente anterior àquele marcado para a abertura do certame.

O Caderno de Licitação, composto do Edital e seus respectivos Anexos, poderá ser retirado pelo site www.maua.sp.gov.br, Diário Oficial do Município, devendo a empresa enviar o comprovante de retirada do edital via e-mail: cpl@maua.sp.gov.br, sob pena de não receber os comunicados, esclarecimentos, entre outros.

As informações técnicas deverão ser formuladas por escrito e apresentadas no endereço supra, até o segundo dia útil imediatamente anterior àquele marcado para a abertura do certame que, a critério da Administração poderão ser respondidas por publicação no DOE, ou por meio de Ofício/E-mail que fica fazendo parte integrante do Edital.

Os envelopes nº 1 – PROPOSTA TÉCNICA – VIA NÃO IDENTIFICADA, nº 2 – PROPOSTA TÉCNICA – VIA IDENTIFICADA, nº 3 – CONJUNTO DE INFORMAÇÕES – CAPACIDADE DE ATENDIMENTO e nº 4 – PROPOSTA COMERCIAL, de todas as licitantes, deverão ser entregues à Comissão Permanente de Licitação – CPL, até as **09:00 hs do dia 20 de Dezembro de 2021**, na Av. João Ramalho, nº 205, 1º andar, Vila Noêmia, Mauá, SP.

O ENVELOPE Nº 1 – PROPOSTA TÉCNICA – VIA NÃO IDENTIFICADA, deverá ser retirado na Divisão de Compras, sito à Av. João Ramalho, 205, 1º andar – Paço Municipal, Centro, Mauá – SP, no horário das 09 hs às 17 hs. Mais informações (11) 4512-7824.



1. DO OBJETO

1.1. Constitui objeto desta **CONCORRÊNCIA a CONTRATAÇÃO DE AGÊNCIA DE PUBLICIDADE, PROPAGANDA E MARKETING PARA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS TÉCNICOS DE PUBLICIDADE PARA A PREFEITURA DO MUNICÍPIO DE MAUÁ (PMM)**;

1.2. Também integram o objeto desta concorrência, como atividades complementares, os serviços especializados pertinentes:

a) ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimentos relativos à execução do contrato;

b) à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias;

c) à produção e à execução técnica das peças e ou material criados pela agência contratada

1.2.1. As pesquisas e outros instrumentos de avaliação previstos na alínea "a" do subitem 1.2, terão a finalidade de:

a) gerar conhecimento sobre o mercado ou o ambiente de atuação do Governo Municipal de Mauá, o público-alvo e os veículos de divulgação nos quais serão difundidas as campanhas ou peças;

b) aferir o desenvolvimento estratégico, a criação e a divulgação de mensagens;

c) possibilitar a mensuração dos resultados das campanhas ou peças, vedada a inclusão de matéria estranha ou sem pertinência temática com a ação publicitária.

1.2.2. Os serviços previstos no subitem 1.2 não abrangem as atividades de promoção de patrocínio e de assessoria de comunicação, imprensa e relações-públicas, e a realização de eventos festivos de qualquer natureza.

1.2.2.1. Não se incluem no conceito de patrocínio mencionado no subitem precedente, o patrocínio de mídia, ou seja, de projetos de veiculação em mídia ou em instalações, dispositivos e engenhos que funcionem como veículo de comunicação e o patrocínio da transmissão de eventos esportivos, culturais ou de entretenimento comercializado por veículos de comunicação.

1.3. Para a prestação dos serviços será contratada uma agência de propaganda, doravante denominada "Licitante", "Agência" ou "Contratada".

1.4. A Agência não poderá subcontratar outra agência de propaganda para a execução de serviços previstos no subitem 1.1 e 1.2 deste Edital.

1.5. A Agência atuará por ordem e conta da PMM, na contratação de:

1.5.1. Fornecedores de serviços especializados para a produção e a execução técnica das peças, campanhas e materiais e a execução dos serviços conexos e complementares previstas no subitem 1.2.

1.5.2. Veículos e outros meios de divulgação para a compra de tempo e espaço publicitários.

2. DO VALOR DA CONTRATAÇÃO E DA REMUNERAÇÃO

2.1. O valor estimado da contratação anual é de R\$ 4.000.000,00 (quatro milhões de reais), onerando a seguinte dotação orçamentária:

01.01.04.131.0170.2016 – Código Reduzido: 18/2021 – Projeto ativ.: 2016 – Rubrica: 3.3.90.39.88.00.00.00 – Recurso: 0001-Tesouro – Aplicação: 11000-Geral.

2.2. O valor dos serviços será orçado pela contratada em cada caso, em função dos custos respectivos, obedecendo-se rigorosamente, sob pena de responsabilidade, sua compatibilidade com os preços de mercado, tendo como limite os valores constantes da Tabela de Preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de São Paulo.

2.3. Havendo a inclusão única e exclusiva de quaisquer das atividades complementares autorizadas limitadas e restritivamente pelo artigo 2º, § 1º, da Lei nº 12.232/2010, o fornecimento de bens ou serviços dar-se-á rigorosamente de acordo com o disposto no artigo 14 e §§ da Lei nº 12.232/2010.



3. DAS CONDIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO

3.1. Poderá participar desta concorrência a Licitante que atender às condições deste Edital e apresentar os documentos nele exigidos

3.2. Não poderá participar desta concorrência, a Licitante:

a) Que tenha sido considerada como inidônea ou esteja suspensa ou impedida de licitar e contratar, por órgão, entidade ou sociedade integrante da Administração Pública, direta e indireta, Federal, Estadual e Municipal, enquanto perdurarem os motivos da punição, ou até que seja promovida a reabilitação perante a própria autoridade que aplicou a penalidade;

b) Enquadradas nas disposições do art. 9º da Lei Federal 8.666/93;

c) Reunidas em consórcio.

d) Que tenha vínculo direto ou indireto com qualquer membro da CPL ou Comissão Técnica

3.3. Nenhuma Licitante poderá participar desta concorrência com mais de uma proposta.

3.4. A participação na presente concorrência implica, tacitamente, para a Licitante:

a) Confirmação de que recebeu da Comissão Permanente de Licitações o ENVELOPE Nº 01, conforme previsto no subitem 5.1.1, e as informações necessárias ao cumprimento desta concorrência;

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

c) Observância dos preceitos legais e regulamentares em vigor, e;

d) Responsabilidade pela fidelidade e legitimidade das informações e dos documentos apresentados em qualquer fase do processo.

3.5. A Licitante assume todos os custos de preparação e apresentação dos Documentos de Habilitação e Propostas exigidos nesta Concorrência, ressalvado que a PMM não será, em nenhum caso, responsável por esses custos, em nenhuma etapa do certame.

4. DO CREDENCIAMENTO

4.1. As proponentes poder-se-ão fazer representar na sessão de abertura das propostas por pessoa maior de 18 (dezoito) anos, devidamente munida de procuração ou declaração, em papel timbrado da empresa, assinado por quem com poderes de gestão devidamente comprovado através de documento hábil, indicando nome do representante, número da cédula de identidade (R.G.), conferindo-lhe poderes para receber intimações, interpor recursos ou dele desistir expressamente.

4.2. A procuração ou declaração deverá vir em envelope apartado aos da Habilitação e Propostas Técnicas e Comercial acompanhada de uma cópia autenticada da cédula de identidade do representante e apresentado diretamente a Comissão Permanente de Licitação, quando do início dos trabalhos de abertura do certame.

4.3. A procuração ou declaração será examinada pela Comissão Permanente de Licitação antes da abertura dos envelopes com as propostas e juntados, posteriormente, ao processo de licitação.

PREFEITURA DO MUNICÍPIO DE MAUÁ
GABINETE DO PREFEITO
COORDENADORIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL



4.4. No ato da entrega dos envelopes com as Propostas Técnicas e de Preços o representante da Licitante apresentará à Comissão Permanente de Licitações o documento que o credencie a participar deste certame, acompanhado de seu documento de identidade de fé pública, de acordo com o modelo sugerido no **Anexo X**.

4.5. Quando a representação for exercida na forma de seus atos de constituição, por sócio ou dirigente, o documento de credenciamento consistirá, respectivamente, em cópia do ato que estabelece a prova de representação da empresa, onde conste o nome do sócio e os poderes para representá-la, ou cópia da ata da assembleia de eleição do dirigente, em ambos os casos autenticada em cartório ou apresentada junto com o documento original, para permitir que a Comissão de Licitações ateste sua autenticidade.

4.6. Caso o preposto da Licitante não seja seu representante estatutário ou legal, o credenciamento será feito por intermédio de procuração, mediante instrumento público ou particular, no mínimo com os poderes constantes do modelo que constitui o **Anexo X**.

4.7. Na hipótese de apresentação por intermédio de procuração, deverá ser juntada a cópia autenticada em cartório do ato que estabelece a prova de representação da empresa, em que constem os nomes dos sócios ou dirigentes com poderes para a constituição de mandatários.

4.8. A ausência do documento hábil de representação não impedirá o representante de participar da licitação, mas ele ficará impedido de praticar qualquer ato durante o procedimento licitatório.

4.9. Na hipótese de substituição do representante no decorrer do processo licitatório, deverá ser apresentado novo credenciamento.

4.10. Caso a Licitante não deseje fazer-se representar nas sessões de recepção e abertura, deverá encaminhar as Propostas Técnica, de Preços e os Documentos de Habilitação, quando solicitado, por meio de portador, diretamente à Comissão Permanente de Licitações, na data, hora e local indicados no preâmbulo deste Edital.

4.11. No caso de microempresa ou empresa de pequeno porte, deverão apresentar além do Credenciamento, a Declaração de Microempresa e/ou Empresa de Pequeno Porte, visando o exercício da preferência prevista na Lei Complementar nº. 123/06., ambos FORA dos "Envelopes Documentos".

4.11.1. As microempresas e empresas de pequeno porte, por ocasião da participação neste certame, deverão apresentar toda a documentação exigida para fins de comprovação de regularidade fiscal, mesmo que esta apresente alguma restrição.

4.11.2. Havendo alguma restrição na comprovação da regularidade fiscal, será assegurado o prazo de 05 (cinco) dias úteis, cujo termo inicial corresponderá ao momento em que o proponente for declarado o vencedor do certame, prorrogáveis por igual período, mediante apresentação de requerimento devidamente fundamentado e aceito pela Administração, para a regularização da documentação, pagamento ou parcelamento do débito, e emissão de eventuais certidões negativas ou positivas com efeito de negativa.

4.11.3. A não regularização da documentação, no prazo previsto no subitem anterior, implicará na decadência do direito à contratação, sem prejuízo das sanções previstas neste Edital, procedendo-se à convocação das licitantes remanescentes.



5. PROPOSTA TÉCNICA, PROPOSTA COMERCIAL E DOCUMENTAÇÃO DE HABILITAÇÃO

5.1. As Licitantes deverão entregar, no dia, hora e local fixados no Preâmbulo deste Edital, 04 (quatro) envelopes contendo:

5.1.1. ENVELOPE N° 01 – PROPOSTA TÉCNICA: deverá conter o Plano de Comunicação Publicitária, não identificado e os exemplos de peças referentes à ideia criativa. O envelope n° 01 (fornecido pela PMM) deverá estar sem fechamento e sem nenhum tipo de identificação em sua parte externa, como marca, sinal, etiqueta, rubrica ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação. O mesmo envelope não deverá estar danificado ou deformado pelas peças, material e/ou demais documentos nele acondicionados de modo a tornar visível sua diferenciação das demais, o que identificara a Licitante no ato de sua entrega.

5.1.1.1. Ocorrendo alguma das situações previstas no item anterior, o Envelope n° 01 e os demais envelopes desta Licitante não serão recebidos pela Comissão Permanente de levando a desclassificação da Licitante por descumprir norma editalícia, nos termos do art. 48 da Lei n° 8.666/93 e do art. 6°, inciso XIV da Lei n° 12.230/10, devendo a Comissão registrar, os elementos de identificação que levaram a decisão, que constará na Ata da sessão.

5.1.2. O ENVELOPE N° 01 deverá ser retirado pela Licitante interessada, no horário das 08h00 às 17h00, no seguinte endereço: Av. João Ramalho, 205, 1° andar – Paço Municipal, Centro, Mauá - SP, estando disponível para retirada até o último dia útil anterior à data prevista para apresentação e abertura dos envelopes.

5.1.3. ENVELOPE N° 02: deverá ser opaco, no sentido de evitar que se visualize o seu conteúdo, lacrado, identificado com a denominação social e o cadastro no CNPJ/MF da Licitante e os seguintes dizeres: **ENVELOPE N° 02 – PROPOSTA TÉCNICA IDENTIFICADA – CONCORRÊNCIA N° 006/2021, PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS TÉCNICOS DE PUBLICIDADE PARA PROJETOS E CAMPANHAS DA PMM**, devendo conter a via identificada do Plano de Comunicação Publicitária, que conterá o mesmo teor da via não identificada, com exceção dos exemplos de peças referentes à ideia criativa.

5.1.4. ENVELOPE N° 03: deverá ser opaco, lacrado, identificado com a denominação social e o cadastro do CNPJ/MF da Licitante e os seguintes dizeres: **ENVELOPE N° 03 – CONJUNTO DE INFORMAÇÕES – CONCORRÊNCIA PÚBLICA N° 006/2021, PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS TÉCNICOS DE PUBLICIDADE PARA PROJETOS E CAMPANHAS DA PMM**, que conterá a Capacidade de Atendimento, Repertório e Relato de Soluções de Problemas de Comunicação, pertinentes a Licitante, conforme previsto no Edital.

5.1.5. ENVELOPE N° 04 – PROPOSTA COMERCIAL: deverá ser entregue em envelope opaco lacrado, com a denominação social e CNPJ/MF da Licitante e os seguintes dizeres: **ENVELOPE N° 04 – PROPOSTA COMERCIAL – CONCORRÊNCIA N° 006/2021, PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS TÉCNICOS DE PUBLICIDADE PARA PROJETOS E CAMPANHAS DA PMM**, devendo conter a planilha de preços sujeitos a valoração e declaração da Licitante conforme previsto no Edital.

5.1.6. ENVELOPE N° 05 – DOCUMENTAÇÃO PARA HABILITAÇÃO – Apenas as Licitantes classificadas deverão entregá-lo, em sessão pública ainda a ser marcada, em envelope opaco, lacrado, com a denominação social da Licitante e os seguintes dizeres: **ENVELOPE N° 05 – DOCUMENTAÇÃO DE HABILITAÇÃO – CONCORRÊNCIA N° 006/2021, PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS TÉCNICOS DE PUBLICIDADE PARA PROJETOS E CAMPANHAS DA PMM**.

6. ENVELOPES N° 01, 02 e 03 – “PROPOSTA TÉCNICA”

6.1. ENVELOPE N° 01 – PROPOSTA TÉCNICA: deverá conter o Plano de Comunicação Publicitária, sem a identificação da Licitante, com os respectivos exemplos de peças, sob a forma de roteiro, layouts e storyboard impressos, para qualquer peça e de monstro para rádio e Internet, a ser elaborados a partir dos critérios estabelecidos a seguir:

6.1.1. O Plano de Comunicação Publicitária será elaborado com base no Anexo I - Briefing, o qual compreenderá os seguintes elementos:

6.1.1.1. Raciocínio Básico: Texto, em no máximo 4 (quatro) laudas, em que a Licitante apresentará um diagnóstico das necessidades de comunicação publicitária da PMM, sua compreensão sobre o objeto da licitação e principalmente sobre os problemas específicos de comunicação a ser enfrentado, consoante o descrito no Anexo I – Briefing;

6.1.1.2. Estratégia de Comunicação Publicitária: texto, em no máximo 4 (quatro) laudas, em que a Licitante discorrerá em linhas gerais sobre a proposta para suprir os problemas específicos de Comunicação a ser enfrentados e alcançar os objetivos de Comunicação desejados pela PMM, em que:

6.1.1.2.1. Apresentará e defenderá o partido temático e o conceito que, de acordo com o seu raciocínio básico, devem fundamentar a proposta de solução dos problemas específicos de comunicação da PMM;

6.1.1.2.2. Explicitará e defenderá os principais pontos da estratégia de comunicação publicitária sugerida, especialmente “o que dizer”, “a quem dizer”, “como dizer”, “quando dizer” e “quais instrumentos, ferramentas e meios de divulgação utilizar”.

6.1.1.3. Ideia Criativa: sob a forma de texto, no qual a licitante apresentará a campanha publicitária destinada a corporificar objetivamente sua proposta de solução do problema específico de comunicação, conforme explicitado em sua estratégia de comunicação publicitária. A Licitante apresentará o conteúdo criativo da campanha, observadas as seguintes disposições:

6.1.1.3.1. Exporá no caderno único do Plano de Comunicação Publicitária, a relação de todas as peças e ou materiais e ou ações que julgar necessários para a execução da sua proposta de estratégia de comunicação, delineados no subitem 6.1.1.2, com sínteses sobre cada peça e ou material.

6.1.1.3.2. Da relação prevista no subitem anterior, escolher e apresentar como exemplos as peças e ou materiais e ou ações que julgar mais indicados para corporificar objetivamente sua proposta de solução dos problemas específicos de comunicação, conforme explicitado na estratégia de comunicação publicitária, limitados a 5 (cinco) exemplos, independentemente dos meios de divulgação, dos tipos ou características das peças e ou materiais. As 5 (cinco) peças serão apresentadas separadamente do caderno e poderão ser dobradas, se adequando ao tamanho do envelope.

6.1.1.3.3. Se a campanha proposta pela Licitante previr um número de peças e/ou materiais e/ou ações, superior ao que pode ser corporificado como exemplos, seguindo o que determina o subitem 6.1.1.3.2 acima, a relação prevista no subitem 6.1.1.3.1 deverá ser elaborada em duas partes: uma para as peças e/ou materiais e/ou ações, apresentados como exemplos e outra para o restante das peças que compõem a campanha.

6.1.1.3.4. As sínteses sobre cada peça e ou material e ou ação de comunicação, mencionados no subitem 6.1.1.3.1 acima, estão delimitados a especificação de cada peça e/ ou material e a explicitação das funções táticas que se propõe para cada peça e /ou material.

6.1.1.3.5. Os exemplos, apresentados no envelope de forma separada, podem ser sob a forma layout, CD ou DVD, com as seguintes características:

a) Os Filmes de TV e cinema poderão ser apresentados sob forma roteiro, storyboard impresso, não podendo ser sob a forma de storyboard animado ou animatic;

PREFEITURA DO MUNICÍPIO DE MAUÁ
GABINETE DO PREFEITO
COORDENADORIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL



b) Os spots e jingles de rádio poderão ser apresentados sob forma de roteiro, protótipo ou monstro, com duração do indicado na especificação da peça;

c) Os anúncios de mídia impressa devem ser em leiaute;

d) As peças de internet podem ser apresentadas impressas ou em CD e DVD, nos formatos universais de pdf, jpg e gif, limitadas a imagens em fotos ou formadas por animações estáticas, sem a inclusão de vídeos ou de imagens captada em movimento. Pode-se compreender por "Peças de internet" cards estáticos, stories, posts em formato carrossel, e outros;

e) Existindo peças e ou material de não mídia, somente estas podem ser apresentados em exemplos formalizados, prontos para distribuição, podendo ser utilizado outros tipos de papéis e gramatura;

f) As peças apresentadas em CD ou DVD devem ser compatíveis para serem vistos e ou ouvidos por meio de computadores;

g) As ações de comunicação devem se limitar nos termos definidos no objeto desta contratação;

6.1.1.4. No cômputo das 5 (cinco) peças, devem ser observadas as seguintes regras:

a) As reduções e variações de formato serão consideradas como peças (nas Estratégias de Comunicação e de Mídia e Não Mídia podem ser inclusas como peças adicionais e constar na relação prevista no item 6.1.1.3.1);

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

c) O anúncio composto de páginas sequenciais será considerado uma peça, desde que a mensagem deste anúncio seja entendida pela leitura e observação de todas as suas páginas. Ocorrendo o contrário, cada parte que possa ser dividido, em vista de sua mensagem que se completa antes da página final, será considerada como uma peça;

d) Um anúncio para tablets e similares com mais de uma página será considerado uma peça, com as suas características de apresentação definidas na alínea (d) do subitem 6.1.1.3.5, desde que observadas as mesmas regras de leitura do item c;

e) Adesivagem de fingers e seus acessórios serão considerados uma peça, se de fato houver a transmissão de uma única mensagem;

f) Um hot site e suas abas adicionais serão considerados uma peça. No entanto deverá ser observado as suas características de apresentação, definidas na alínea d) do subitem 6.1.1.3.5 acima;

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

h) As peças gráficas poderão ser impressas em tamanho real ou reduzido, desde que não prejudique sua leitura, não sendo necessário seguir normas de espaçamento, diagramação, fonte e corpo.

i) Peças em leiaute que não se ajustam as dimensões do envelope nº 01 podem ser apresentadas dobrados.

6.1.1.5. Cada peça e/ou material deverá trazer indicação sucinta (exemplos: cartaz, filme TV, spot rádio, anúncio revista, "monstro" de Internet) destinada a facilitar o cotejo pelos integrantes da Subcomissão Técnica com a relação prevista no subitem 6.1.1.3.1, observadas as regras de texto dispostas no subitem 6.1.1.4.

6.1.1.6. A liberdade na forma de execução de peças, expressos nos subitens acima, é limitado pelo envelope cedido pela PMM.



6.1.1.7. Estratégia de Mídia e Não Mídia – constituída de:

6.1.1.7.1. Texto em que, de acordo com as premissas do Briefing, a Licitante demonstrará capacidade para atingir os públicos prioritários da campanha (permitida a inclusão de tabelas e gráficos), com a recomendação da Estratégia e Táticas de Mídia e Não Mídia, consonantes com a Estratégia de Comunicação Publicitaria delineada pela Licitante, sem limitação de páginas.

6.1.1.7.2. Planilha de simulação de plano de distribuição de todas as peças e ou materiais e ou ações de comunicação da proposta de campanha e da Estratégia de Mídia e Não Mídia adotada, que integram a relação prevista no subitem 6.1.1.3.2 acima, acompanhada de tabelas, planilhas e texto, e se necessário, com a explicação das premissas adotadas e suas justificativas. Da simulação deverá constar um resumo geral com informações sobre pelo menos:

- a) O período de veiculação e as quantidades de inserções das peças;
- b) Os valores (absoluto e percentual) dos investimentos alocados em Mídia, separados por meios;
- c) Os valores (absoluto e percentual) alocados na execução Técnica (finalização com fornecedores especializados) de cada peça destinada a veículos de divulgação, na produção e distribuição de materiais de não Mídia e na execução das ações de comunicação;
- d) As quantidades a serem produzidas de cada peça e ou material de não Mídia.

6.1.1.7.2.1. Essa simulação terá os seguintes pressupostos:

- a) Os preços das inserções em veículos de comunicação são os de tabela cheia, vigentes na data de publicação deste Edital, e ser desconsiderados o repasse de parte do desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação;
- b) Ser desconsiderados os custos internos e honorários sobre os serviços especializados de produção de peças de divulgação, de peças e materiais de não Mídia e das ações de comunicação;
- c) No cálculo da alocação dos valores para a simulação do plano de Mídia e Não Mídia, a Licitante utilizará como referencial a verba fictícia de **R\$ 600.000,00 (seiscentos mil reais), para um período de 30 (trinta) dias**. Fica a critério da Licitante a definição do período de veiculação e dos meios a serem considerados na simulação, observados os condicionantes impostos no briefing – Anexo I;
- d) As tabelas, gráficos e planilhas integrantes do subquesto Estratégia de Mídia e Não Mídia podem ter fontes e tamanhos de fontes habitualmente utilizados nesses documentos e poderão ser editados em cores;
- e) As planilhas da simulação do plano e as programações dos meios podem estar em formato paisagem.

6.1.1.7.2.2. Considera-se para esta concorrência como Não Mídia, os meios que não implicam a compra de espaço e ou tempo em veículos de divulgação para a emissão da mensagem publicitária.

6.1.1.8. A elaboração do Plano de Comunicação Publicitaria – Via Não Identificada deverá obedecer às seguintes regras:

6.1.1.8.1. É vedada a aposição, a qualquer parte do caderno e das peças avulsas de marca, sinal ou palavra que possibilite a identificação do seu Proponente antes da abertura do Envelope de que trata o item 5.1.2.

PREFEITURA DO MUNICÍPIO DE MAUÁ
GABINETE DO PREFEITO
COORDENADORIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL



6.1.1.8.2. A autoria dos trabalhos só será conhecida na abertura dos envelopes que contem a via identificada do plano de comunicação publicitária, após o julgamento dos trabalhos pela Subcomissão Técnica.

6.1.1.9. O caderno do Plano de Comunicação Publicitária deverá ser elaborado desta forma:

a) Os textos do Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, sem a relação de peças prevista no subitem 6.1.1.3.1, estão limitados a 10 (dez) páginas;

b) Em papel branco sulfite A4, com 75 gr/m² a 90 gr/m², orientação retrato;

c) Com numeração em todas as páginas, pelo editor de textos, a partir da primeira página interna, em algarismos arábicos, no canto inferior direito da página, na mesma fonte e formatos dos textos;

d) Em caderno único e com espiral preta colocada à esquerda;

e) Capa e contracapa em papel A4 branco, com 75 gr/m² a 90 gr/m², ambas em branco;

f) Sem identificação da Licitante;

g) Não serão computados no limite de páginas estabelecido na alínea a supra as páginas utilizadas eventualmente apenas para separar os textos de cada quesito;

h) Os textos da Estratégia de Mídia e Não Mídia não têm limitação de páginas, assim como suas tabelas, gráficos e planilhas, cabendo as Licitantes atentarem especialmente para o disposto no item 5.1.1 supra no que toca a conteúdos que venham a deformar o Envelope nº 01.

6.1.1.10. Os textos do Plano de Comunicação Publicitária deverão obedecer estas regras:

a) Fonte "arial", estilo "normal", tamanho 12 (doze) pontos, cor "automático";

b) Com espaçamento simples e margens de 2 cm a direita e a esquerda, bem como 1,5 cm acima e abaixo, a partir da borda;

c) Nos quesitos Raciocínio Básico e Estratégia de Comunicação Publicitária não existe impedimento que se insira tabelas ou gráficos, os quais poderão ser coloridos, mas se feitos, os mesmos serão computados no limite de 08 (oito) páginas.

6.1.1.11. A critério da PMM os exemplos de peças publicitárias da proposta vencedora poderão ou não ser produzidos e veiculados, com ou sem modificações, na vigência do contrato a ser celebrado em decorrência desta Licitação.

6.2. O ENVELOPE Nº 02 - PROPOSTA TÉCNICA - Deverá conter a via identificada do **Plano de Comunicação Publicitaria** e ter o mesmo teor da via não identificada, com exceção dos exemplos de peças referentes a ideia criativa, que não devem ser colocados neste Envelope.

6.2.1. A via identificada deverá ser impressa em papel que identifique a Licitante, com vistos em todas as páginas e inclusa uma página, a última, com data, nome e assinatura do representante credenciado para esta licitação.

6.3. O ENVELOPE Nº 03 deverá conter o **CONJUNTO DE INFORMAÇÕES – Capacidade de Atendimento, Repertório e Relato de Soluções** relativas a cada Licitante, conforme segue:

PREFEITURA DO MUNICÍPIO DE MAUÁ
GABINETE DO PREFEITO
COORDENADORIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL



6.3.1. Capacidade de atendimento: Documento constituído de textos, tabelas, gráficos, diagramas, fotos e outros recursos, por meios dos quais a Licitante apresentará:

6.3.1.1. A relação nominal de seus principais clientes, com a especificação de tempo de atendimento de cada um deles.

6.3.1.2. A quantificação, a qualificação, sob a forma de currículo resumido (no mínimo, nome, formação e experiência) dos profissionais que serão colocados à disposição da execução do contrato, discriminando-se as áreas de estudo e planejamento, criação, produção de rádio e TV, produção gráfica, Mídia e atendimento.

6.3.1.3. As instalações, a infraestrutura e os recursos materiais que manterá a disposição da execução do contrato, em caráter prioritário.

6.3.1.4. A sistemática de atendimento, discriminando-se as obrigações a serem cumpridas pela Licitante, na execução do contrato, incluídos 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.

6.3.1.5. 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 da PMM, sem ônus adicional, durante a execução do contrato.

6.3.1.6. O documento Capacidade de Atendimento não terá limitação de fontes e tamanhos de fontes definidos, e pode ser impresso em papel A4 ou A3 dobrado, desde que sejam compatíveis para uma boa leitura, assim como, sejam pertinentes aos quesitos solicitados.

6.3.1.7. Os documentos, informações e o caderno específico, mencionados no subitem 6.3.1 não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitaria - Via Não Identificada e possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do Envelope nº 2, sob pena de desclassificação do Licitante nos termos do art. 48, I da Lei nº 8.666/93 e do art. 6º, inciso XIV da Lei nº 12.230/10, devendo a comissão registrar os elementos de identificação que levaram a decisão, que constará na Ata da Sessão.

6.3.2. Repertório: consiste no documento de peças e ou materiais concebidos e veiculados, expostos ou distribuídos pela Licitante.

6.3.2.1. Deverão ser apresentadas 10 (dez) peças ou material, independentemente do seu tipo ou característica e da forma de sua veiculação, exposição ou distribuição.

6.3.2.2. As peças eletrônicas deverão ser fornecidas preferencialmente em DVD ou CD, compatíveis ao uso em computador.

6.3.2.3. Se a Licitante apresentar peças em quantidade inferior a estabelecida no subitem 6.3.2.1 sua pontuação máxima neste quesito, será proporcional ao número de peças apresentadas. A proporcionalidade será obtida mediante a aplicação de regra de três simples em relação à pontuação máxima prevista neste quesito.

6.3.2.4. Para cada peça e ou material, deve ser apresentada uma 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, menção de, pelo menos, um veículo que divulgou cada peça.

6.3.2.5. As peças e ou material não podem referir-se a trabalhos solicitados e ou aprovados pela PMM e a seus órgãos da administração indireta.



6.3.2.6. As peças que fizeram parte do Repertório da Licitante devem ser os que foram veiculados ou exibidos a partir de janeiro de 2010.

6.3.2.7. Qualquer página com os documentos e informações previstos no subitem 6.2.3.1 poderá ser editada em papel A3 dobrado, que será contabilizado 02 páginas.

6.3.2.8. As peças gráficas poderão integrar o caderno específico previsto no subitem 6.3.2.1, em papel A4 ou A3 dobrado, ou ser apresentadas separadamente. Em todos os casos, deverá ser preservada a capacidade de leitura das peças e deverão ser indicadas suas dimensões originais.

6.3.2.9. 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 Envelope nº 02, sob pena de desclassificação do Licitante nos termos do art. 48,1 da Lei nº 8.666/93 e do art. 6º, inciso XIV da Lei nº 12.230/10, devendo a comissão registrar os elementos de identificação que levaram a decisão, que constara na Ata da sessão.

6.3.3. Relatos de Soluções para Desafios de Comunicação: consiste no documento em que a Licitante deverá apresentar:

6.3.3.1. 02 (dois) cases stories sob a forma de texto com o descritivo dos desafios enfrentados, das soluções encontradas e dos resultados alcançados. Os cases stories deverão ser apresentados em folhas tamanho A4. Cada case story poderá ser acompanhado de até 05 (cinco) peças publicitárias. Ao final de cada case story deverá conter a assinatura do cliente atendido.

6.3.3.2. Os Relatos não podem referir-se a trabalhos solicitados e ou aprovados pela PMM e de seus órgãos da administração indireta, como devem relatar casos ocorridos a partir de Janeiro de 2010.

6.3.3.3. 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 Envelope nº 2, sob pena de desclassificação do Licitante nos termos do art. 48,1 da Lei nº 8.666/93 e do art. 6º, inciso XIV da Lei nº 12.230/10, devendo a comissão registrar os elementos de identificação que levaram a decisão, que constara na Ata da sessão.

6.3.3.4. Se a Licitante apresentar apenas 01 (um) relato, sua pontuação máxima, neste quesito, será equivalente à metade de pontuação máxima prevista para este quesito.

6.3.3.5. As peças publicitárias de cada case story, em até 05 (cinco) por cada relato, deverão ser incluídas:

a) As peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD ou CD;

b) As peças gráficas poderão integrar o documento específico previsto no subitem 6.3.3 em papel A4 ou A3 dobrado, que será contabilizado 2 páginas, ou ser apresentadas separadamente. Em todos os casos, deverão ser indicadas suas dimensões originais.

6.3.3.6. Cada um dos quesitos do Conjunto de Informações deve ser apresentado em documento separado, ou seja, as Licitantes devem preparar separadamente as informações de Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos.

6.3.3.7. Os textos de cada relato não poderão ultrapassar o limite de 2(duas) páginas. As peças citadas no item 6.3.3.5 não estão computadas nesse limite de 2 (duas) páginas.



6.4. ENVELOPE N° 04 – PROPOSTA COMERCIAL

6.4.1. A Proposta Comercial deverá contemplar os seguintes documentos:

6.4.2. A proposta propriamente dita, com as informações constantes, conforme o modelo do Anexo II.

6.4.3. Declarações nas quais a Licitante estabelecerá os percentuais máximos a serem pagos pela PMM:

6.4.3.1. Na reutilização de peças por período igual ao inicialmente ajustado, o percentual a ser pago pela PMM em relação ao valor original dos direitos patrimoniais de autor e conexos, será de no máximo 70% (setenta por cento). Para a reutilização por períodos inferiores, o percentual máximo será obtido pela regra de três simples.

6.4.3.1.1. O valor inicialmente contratado antes da aplicação do percentual definidos no subitem 6.4.3.1 poderá ser reajustado tendo em tal caso, no máximo a variação do Índice de Preços ao Consumidor (IPC/FIPE), desde que decorridos pelo menos 01 (um) ano da cessão original dos direitos.

6.4.3.1.2. Na reutilização de peças por período igual ao inicialmente ajustado, o percentual em relação ao valor original da cessão de uso de obras consagradas incorporadas a essas peças, a ser pago pela PMM aos detentores de direitos patrimoniais de autor e conexos dessas obras, será de no máximo 70% (setenta por cento). Para a reutilização por períodos inferiores, o percentual máximo será obtido pela regra de três simples.

6.4.3.1.3. O valor inicialmente contratado, antes da aplicação do percentual definido no subitem 6.4.3.1 poderá ser reajustado tendo em tal caso, no máximo, a variação do Índice de Preços ao Consumidor (IPC/FIPE), desde que decorridos pelo menos 01 (um) ano da cessão original dos direitos.

6.4.4. Tratar da questão dos direitos autorais, estabelecendo:

6.4.4.1. A cessão, total e definitiva, dos direitos patrimoniais pertencentes a agência, a PMM de uso das ideias (incluídos os estudos, análises e planos), peças, campanhas e demais materiais de publicidade, de sua propriedade, concebidos, criados e produzidos em decorrência do Contrato que vier a ser firmado, sem qualquer remuneração adicional ou especial, mesmo após a vigência do Contrato.

6.4.4.2. O compromisso de que em todas as contratações que envolvam direitos de terceiros - solicitar de cada terceiro que vier a ser contratado 03 (três) orçamentos para a execução do serviço, um de cessão de direitos por tempo limitado e outro da cessão por 05 (cinco) anos de tais direitos, para que a PMM escolha uma das opções.

6.4.4.3. Que nos casos de cessão de direitos por tempo limitado, condicionara a contratação de serviços com terceiros por período mínimo de 06 (seis) meses e que utilizará os trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos autorais ou conexos dentro dos limites estipulados no respectivo ato de cessão.

6.4.4.4. O compromisso – quando a PMM optar pela execução dos serviços com a cessão por 05 (cinco) anos – de fazer constar dos ajustes que vier a celebrar com terceiros, para a produção de peças e a apresentação de outros serviços, cláusulas escritas que explicitem a cessão por este período, por esses terceiros, do direito patrimonial de uso sobre trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos autorais ou conexos, ai incluídos a criação, produção e direção, a composição, arranjo e execução de trilha sonora, as matrizes, os fotolitos e demais trabalhos assemelhados.

6.4.4.5. Que considerará como já inclusa no custo de produção qualquer remuneração devida a terceiros em decorrência da cessão de direitos, por tempo limitado de no mínimo 06 (seis) meses.



6.4.4.6. O compromisso de fazer constar, em destaque, em todos os orçamentos da produção de peças, os custos dos caches, os de cessão de direito de uso de obra(s) consagrada(s) incorporada(s) a peça e os de cessão dos demais direitos.

6.4.4.7. O compromisso de fazer constar dos respectivos ajustes que vier a celebrar com terceiros, nos casos de tomadas de imagens sob a forma de reportagens, documentários e outras, que não impliquem direitos de uso de imagem e som de voz, cláusulas escritas estabelecendo:

a) A cessão dos direitos patrimoniais de uso desse material a PMM, que poderá a seu juízo, utilizar referidos direitos, durante a vigência do Contrato a ser firmado e mesmo após seu término ou eventual rescisão, sem que lhe caiba qualquer ônus perante os cedentes desses direitos;

b) Que qualquer remuneração devida em decorrência dessa cessão será sempre considerada como já incluída no custo de produção.

6.4.4.8. O compromisso de sempre negociar as melhores condições de preços, até os percentuais máximos constantes das declarações pertinentes e referidas neste Edital, para os direitos de imagem e som da voz (atores e modelos) e sobre obras consagradas, nos casos de reutilizações de peças publicitárias da PMM.

6.4.4.9. Garantira a transferência a PMM de toda e qualquer vantagem obtida nas negociações de preços e/ou condições de pagamento junto a veículos e a fornecedores.

6.4.4.10. A declaração de que o prazo para pagamento dos serviços, quando devidos, será de 15 (quinze) dias após a data de conclusão dos mesmos e desde que as Notas Fiscais/Faturas competentes tenham sido entregues a PMM.

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

6.4.6. A não explicitação de qualquer despesa necessária à perfeita realização do serviço será interpretada como já incluída no preço, não podendo a Licitante pleitear acréscimo após a abertura das propostas e durante a execução contratual.

6.5. ENVELOPE 5 – HABILITAÇÃO

6.5.1. O ENVELOPE 5 – DOCUMENTAÇÃO/HABILITAÇÃO deverá conter os seguintes documentos comprobatórios da sua capacidade jurídica, idoneidade financeira, regularidade fiscal e previdenciária e capacidade técnica, documentos estes que deverão ser apresentados de acordo com o disposto no artigo 32, da Lei Federal nº 8.666/93, e alterações, sendo que os documentos apresentados na sua versão original serão encartados no processo administrativo.

6.5.2. Capacidade Jurídica

6.5.2.1. Certidão simplificada expedida pela Junta Comercial do Estado onde se situa a sede ou domicílio da concorrente, ou ato constitutivo e alterações subsequentes devidamente registrados, em se tratando de sociedade comercial, e, no caso de sociedades por ações, acompanhado de documentos de eleição de seus administradores.

6.5.2.2. Inscrição do ato constitutivo, no caso de sociedade civil, acompanhado de prova da diretoria em exercício.

6.5.2.3. Decreto de autorização devidamente arquivado, em se tratando de empresa ou sociedade estrangeira em funcionamento no País.



6.5.3. Qualificação Econômica Financeira

6.5.3.1. Balanço patrimonial e demonstração de conta de lucros e perdas do último exercício social, já exigíveis e apresentados na forma da Lei, que comprovem a boa situação financeira da empresa, vedada a sua substituição por balancetes ou balanços provisórios, podendo ser atualizados por índices oficiais quando encerrados há mais de três meses da apresentação da proposta.

6.5.3.1.1. Quando a empresa licitante for constituída por prazo inferior a um ano, o balanço anual será substituído por balanço parcial (provisório ou balancetes) e demonstrações contábeis relativas ao período de seu funcionamento.

6.5.3.1.2. Será considerado o Índice de Liquidez Geral para avaliar a situação financeira da licitante, que será apurado através da seguinte fórmula:

$$\text{Índice de Liquidez Geral} = \frac{AC + RLP}{PC + ELP} \text{ maior ou igual a } 01 \text{ (um)}$$

Onde:

AC = Ativo Circulante

PC = Passivo Circulante

RLP = Realizável a Longo Prazo

ELP = Exigível a Longo Prazo

6.5.3.2. Prova de Patrimônio Líquido de R\$ 400.000,00 (quatrocentos mil reais), devidamente registrado na Junta Comercial e/ou constante do Balanço Anual, devidamente registrado na forma da lei, admitida à atualização para esta data por meio de índices oficiais.

6.5.3.3. Certidão Negativa de Pedido de Falência, Concordata, expedida pelo Cartório Distribuidor da sede da Pessoa Jurídica.

6.5.3.3.1. Empresas que estejam em recuperação judicial, será exigida a apresentação, durante a fase de habilitação, do Plano de Recuperação já homologado pelo juízo competente e em pleno vigor, sem prejuízo do atendimento a todos os requisitos de habilitação econômico-financeiro estabelecidos no edital.

6.5.4. Regularidade Fiscal e Previdenciária.

6.5.4.1. Prova de inscrição no CNPJ – Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica.

6.5.4.2. Prova de inscrição no Cadastro de Contribuinte Estadual ou Municipal, se houver, da sede da licitante, pertinente ao Ramo de Atividade e compatível com o objeto contratual.

6.5.4.3. Prova de regularidade para com a Fazenda Federal do domicílio ou sede do licitante (Certidão conjunta quanto a Dívida Ativa da União expedida pela Procuradoria da Fazenda Nacional e Certidão de Tributos e Contribuições Federais, emitida pela Secretaria da Receita Federal, englobando a Previdência Social).

6.5.4.4. Prova de regularidade para com a Fazenda Estadual, pertinente ao seu ramo de atividade e relativa aos tributos relacionados com a prestação licitada, se for inscrita.

6.5.4.5. Prova de regularidade para com a Fazenda Municipal do domicílio ou sede da licitante, relativos aos tributos relacionados com a atividade licitada.

PREFEITURA DO MUNICÍPIO DE MAUÁ
GABINETE DO PREFEITO
COORDENADORIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL



6.5.4.6. Tratando-se de licitante com sede fora do Município de Mauá e que esteja cadastrada como contribuinte nesse Município deverá apresentar prova de regularidade para com a Fazenda do Município de Mauá.

6.5.4.7. As licitantes com sede fora do Município de Mauá que não estejam cadastradas como contribuintes neste Município deverão apresentar declaração, firmada pelo representante legal, sob as penas da lei, do não cadastramento e de que nada deve à Fazenda do Município.

6.5.4.8. Certificado de Regularidade com o FGTS – CRF FGTS.

6.5.4.9. Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas – CNDT

6.5.4.10. A licitante poderá comprovar a regularidade fiscal, também por meio de Certidões positivas com efeito de negativa;

6.5.5. Qualificação Técnica:

6.5.5.1. Declaração de que se for declarada vencedora, a licitante apresentará, na data da assinatura do contrato, o Certificado de Qualificação Técnica concedido pelo Conselho Executivo de Normas Padrão – CENP ou por entidade equivalente na forma prevista no artigo 4º, § 1º da Lei 10.232/2010.

6.5.6. Documentação Complementar

6.5.6.1. Declaração da licitante sob as penas de lei, elaborada em papel timbrado e subscrita por seu representante legal, de que se encontra em situação regular perante o Ministério do Trabalho, no que se refere ao cumprimento do disposto no artigo 7º, XXXIII, da Constituição Federal, conforme modelo (Anexo IV)

6.5.6.2. Declaração da licitante, sob as penas da lei, elaborada em papel timbrado e subscrito por seu representante legal, assegurando a inexistência de impedimento legal para licitar, ou contratar com a Administração Pública, Federal, Estadual ou Municipal. (Anexo V)

6.5.7. Os documentos cujo prazo de validade não esteja especificado no próprio corpo, em dispositivo legal ou neste Edital, terão validade de 90 (noventa) dias da data de sua expedição.

6.5.8. Os referidos documentos poderão ser apresentados no original, por qualquer processo de cópia autenticada, por cartório competente ou por publicação em órgão.

6.5.9. Todos os documentos expedidos pela empresa, em papel timbrado, deverão ser subscritos por seu representante legal, devidamente qualificado (nome, RG e endereço).

7. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

7.1. As Propostas Técnicas serão examinadas, preliminarmente, quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Edital e em seus Anexos.

7.2. O julgamento da licitação se baseará no critério de técnica e preço, nos termos do Artigo 46, Parágrafo 1º, da Lei Federal 8.666/93, sendo que a avaliação das propostas técnicas será feita por membros da Subcomissão Técnica, nos termos da Lei nº 12.232/10, que apresentarão relatório sucinto e fundamentado, devidamente assinado.

7.3. Na apreciação das Propostas Técnicas será considerada a linha de atuação desenvolvida a partir da elaboração de proposta de campanha, conforme apresentado no Anexo I – Briefing e receberá o máximo de 100 (cem) pontos, resultantes da

PREFEITURA DO MUNICÍPIO DE MAUÁ
GABINETE DO PREFEITO
COORDENADORIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL



soma das notas atribuídas aos quesitos do Plano de Comunicação Publicitaria do Envelope nº 01 – máximo de 80 (oitenta) pontos, e das notas atribuídas aos quesitos do Conjunto de Informações – Envelope nº 03 – máximo de 20 (vinte) pontos, da seguinte forma:

7.4. Plano de Comunicação Publicitária – máximo de 80 (oitenta) pontos, sendo:

7.4.1. Raciocínio Básico: Máximo de 15 (quinze) pontos, com a análise dos seguintes atributos para pontuar:

- a) Das funções da PMM nos contextos sociais, político e econômico
- b) Da natureza, da extensão e da qualidade das relações da PMM com seus públicos.
- c) Características da PMM e suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária.
- d) Sobre a natureza e a extensão do objeto da licitação.
- e) Do problema específico de comunicação a ser enfrentado pela da PMM.
- f) Das necessidades da comunicação da PMM.

7.4.2. Estratégia de Comunicação, Máximo de 25 (vinte e cinco) pontos com as seguintes atribuições na proposta para análise e pontuação:

- a) A adequação do partido temático e do conceito propostos a natureza da comunicação de governo a cargo da PMM e ao desafio de comunicação a ser enfrentado.
- 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 de governo a cargo da PMM com seus públicos.
- d) A adequação e a exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do desafio de comunicação.
- 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 comunicação de governo a cargo da PMM, o desafio de comunicação a ser enfrentado, seus públicos, os objetivos, geral e específicos, de comunicação e a verba disponível.

7.4.3. Ideia Criativa, Máximo de 25 (vinte e cinco) pontos com a análise dos seguintes atributos para pontuar:

- a) A multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta.
- b) A cobertura dos segmentos de público ensejada por esses públicos.
- c) A originalidade da combinação dos elementos que a constituem.



- d) A simplicidade da forma sob a qual se apresenta.
- e) A exequibilidade das peças.
- f) A compatibilidade da linguagem das peças aos meios propostos.
- g) A riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação de governo a cargo da PMM com seus públicos.

7.4.4. Estratégia de Mídia e não Mídia, Máximo de 15 (quinze) pontos, com as seguintes atribuições de pontuação:

- a) Conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação do público envolvido com a linha de atuação.
- b) Capacidade analítica revelada no estudo desses hábitos e nas conclusões oferecidas a formulação do plano de mídia.
- c) A consistência do plano simulado de distribuição das peças em relação ao que a licitante diagnosticou nas duas alíneas anteriores.
- d) Consciência e economicidade do plano geral de utilização da verba publicitária da linha de atuação simulado na proposta, incluindo os recursos próprios da PMM.
- e) A otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa.

7.5. Conjunto de Informações: 20 (vinte) pontos.

7.5.1. Capacidade de Atendimento, 8 (oito) pontos, com a avaliação dos seguintes itens:

- a) O porte e a tradição dos principais clientes da licitante e o conceito de seus produtos e serviços no mercado.
- b) A experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias e a adequação das qualificações e das quantificações desses profissionais a estratégia de comunicação publicitária implementada pela PMM.
- c) Adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que estarão à disposição da execução do contrato 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 PMM, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato.
- d) Sistemática de atendimento, nos quesitos operacionalidade, segurança, grau de liberdade conferido ao cliente na escolha de soluções alternativas e presteza no atendimento as solicitações.
- e) 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 colocara regularmente a disposição da PMM, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato.

7.5.2. Repertório: 6 (seis) pontos, com a seguinte distribuição:

- a) A ideia criativa e sua pertinência ao problema que a licitante se propôs a resolver.
- b) A qualidade da execução e do acabamento da peça e ou material.



c) A clareza da exposição das informações prestadas.

7.5.2.1. Relato de Soluções: 6 (seis) pontos, considerando os seguintes requisitos de pontuação:

a) A consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução.

b) A relevância dos resultados apresentados.

c) A vidência do planejamento publicitário.

7.6. Classificação da Proposta Técnica

7.6.1. A pontuação final da Proposta Técnica de cada Licitante será definida pela soma das notas atribuídas a cada um dos fatores relacionados nos itens 7.3 a 7.5.2.1

7.6.2. As propostas que não obtiverem a nota mínima de 50 (cinquenta) pontos serão desclassificadas. As que obtiverem nota a partir de 50 (cinquenta) pontos serão classificadas em ordem decrescente, da maior nota para a menor.

7.6.3. A pontuação do quesito será a correspondente à média aritmética dos pontos de cada membro da Subcomissão Técnica.

7.6.4. Além do previsto no item 7.6.2., serão desclassificadas as Propostas Técnicas que:

a) Não atenderem as exigências do presente Edital e respectivos anexos;

b) Deixarem de apresentar qualquer documento exigido ou apresentá-lo em desacordo com este Edital.

c) Apresentarem no Envelope nº 01 – Proposta Técnica 1 qualquer menção ao contido da Proposta Comercial.

d) Contiverem emendas, rasuras ou entrelinhas que tornem equivocado ou viciado seu sentido.

7.6.5. Será desclassificada a licitante que obtiver nota zero em quaisquer dos critérios especificados em cada quesito acima.

8. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS COMERCIAIS

8.1. As Propostas Comerciais serão examinadas quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Edital e Anexos e receberão no máximo 100 (cem) pontos.

8.2. Serão desclassificadas as Propostas Comerciais que:

8.2.1. Não atenderem as exigências deste Edital e de seus Anexos, que apresentarem preços baseados em outra proposta ou que contiverem qualquer item condicionante para a entrega dos serviços.

8.2.2. Apresentarem qualquer acréscimo aos preços previstos na tabela do Sindicato das Agendas de Propaganda do Estado de São Paulo, a título de ressarcimento dos custos internos dos trabalhos realizados pela própria licitante.

8.2.3. Apresentarem percentual de honorários superior a 15% (quinze por cento), incidente sobre os custos de serviços realizados por terceiros (custo de produção) que não proporcionem a licitante o desconto de agenda concedido pelos veículos de divulgação.



8.3. DA AVALIAÇÃO E JULGAMENTO DA PROPOSTA PREÇO

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

8.3.2. As PROPOSTAS DE PREÇO das licitantes classificadas serão examinadas, preliminarmente, quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste EDITAL e em seus Anexos.

8.3.3. Serão desclassificadas as propostas que não atenderem às exigências do presente EDITAL e/ou apresentarem vícios ou defeitos que impossibilitem o seu entendimento ou julgamento, ou que forem subordinadas a qualquer condição não prevista neste EDITAL.

8.3.4. Não será aceito percentual de honorários de produção externa, superiores a 15% (quinze por cento) sobre serviços externos de produção.

8.3.5. Não se considerará qualquer oferta de vantagem não prevista no EDITAL, nem condições e/ou preço baseado em ofertas de outras licitantes.

8.3.6. Não se admitirá proposta que apresente percentuais de desconto simbólicos, irrisórios ou de valor zero, incompatíveis com os praticados no mercado.

8.3.7. Feita a classificação das Propostas de Preços, estas serão avaliadas e valoradas segundo os critérios a seguir:

8.3.7.1. Percentual de honorários de produção externa:

Honorários	Pontos
10% ou menos	100
11%	97
12%	94
13%	91
14%	88
15%	85

8.3.7.2. Desconto sobre a Tabela de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de São Paulo:

Descontos	Pontos
50% ou mais	100
49%	98
48%	97
47%	96
46%	95
45%	94
44%	90
43%	85

PREFEITURA DO MUNICÍPIO DE MAUÁ
GABINETE DO PREFEITO
COORDENADORIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL



42%	79
41%	72
40%	70
39%	61
38%	50
37%	39
36%	28
35% ou menos	20

8.3.7.3. Não serão aceitos descontos ou percentuais fracionados.

8.3.7.4. Será considerada a melhor proposta comercial aquela que atingir a maior pontuação através da fórmula abaixo:

NFPP = Nota Final da Proposta de Preço

D1 – Nota atribuída ao percentual de honorários sobre serviços externos.

D2 – Nota atribuída ao percentual de desconto sobre a Tabela de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de São Paulo.

$NFPP = \frac{(D1+D2)}{2}$

2

8.3.7.5. A classificação das propostas preços será ordenada em ordem decrescente, da maior para a menor.

9. CLASSIFICAÇÃO FINAL DAS PROPOSTAS TÉCNICAS E COMERCIAL

9.1. Para a classificação final das propostas deverá ser observado os seguintes procedimentos:

9.1.1. A Pontuação Técnica deverá ser multiplicada por 7 (sete) e acrescida a Nota de Preços, que deverá ser multiplicada por 3 (três). O resultado desta equação será dividido por 10, conforme a seguinte fórmula:

$PR = (PT \times 7) + (NP \times 3) / 10$, onde PR significa: Pontuação Resultante).

9.1.2. A proposta vencedora será a proposta da Agência que obtiver a maior Pontuação Resultante do somatório de PT + NP depois de aplicados os respectivos pesos e feito a divisão por dez.

9.1.3. Se houver empate que impossibilite a identificação automática das 2 (duas) licitantes mais bem classificadas, após a soma das notas técnicas e de preços, com os seus devidos pesos, serão assim consideradas que obtiverem as maiores pontuações na Nota Técnica.

9.1.4. Persistindo o empate, a decisão será feita por sorteio, a ser realizado em ato público marcado pela Comissão Especial de Licitação.



10. JULGAMENTO DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO E CLASSIFICAÇÃO FINAL DA LICITAÇÃO

10.1. A Comissão Permanente de Licitação examinará os Documentos de Habilitação das três primeiras colocadas e julgará habilitadas as licitantes classificadas que atenderem integralmente aos requisitos de habilitação exigidos neste Edital e em seus Anexos, até alcançar o número de três licitantes classificadas,

10.2. Comissão Permanente de Licitação divulgará as Licitantes classificadas que foram habilitadas e abrirá prazo para eventuais interposições de recursos.

10.3. Decorrida ou decidida a fase recursal da Habilitação, a PMM divulgará as Licitantes vencedoras.

10.4. Se todas as propostas forem desclassificadas ou todas as Licitantes inabilitadas, poderá fixar prazo para apresentação de nova documentação ou de outras propostas, sanadas as irregularidades

10.5. Decorrido o prazo de validade da Proposta, sem convocação para contratação, ficam as Licitantes vencedoras liberadas dos compromissos assumidos.

10.6. A homologação do procedimento, a adjudicação do resultado e a convocação das adjudicatárias para assinatura do contrato, serão publicadas no Diário Oficial da Cidade, podendo a PMM, a seu critério, utilizar-se de outro meio de convocação, desde que documentado seu recebimento.

10.7. Poderá a Autoridade competente, a qualquer tempo, excluir o Licitante ou o adjudicatário, por despacho motivado, se, após a fase de habilitação, se tiver ciência de fato ou circunstância, anterior ou posterior ao julgamento da licitação, que revele inidoneidade ou falta de capacidade técnica ou financeira.

10.8. A Licitante que ensejar o retardamento do certame, não mantiver a proposta ou fizer declaração falsa, garantido o direito de ampla defesa, poderá ficar impedida de licitar e contratar com a PMM, pelo prazo de até 02 (dois) anos, enquanto perdurar os motivos determinados da punição, ou até que seja promovida a reabilitação perante a própria autoridade que aplicou a penalidade, sem prejuízo das multas previstas em Edital e no contrato e das demais cominações legais.

11. DO PROCEDIMENTO E JULGAMENTO

11.1. DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA

11.1.1. As propostas técnicas serão analisadas e julgadas por Subcomissão Técnica, constituída por 03 (três) membros titulares e 02 (dois) suplentes, em cumprimento à Lei Federal nº 12.232/2010.

11.2. DOS PROCEDIMENTOS LICITATÓRIOS

11.2.1. Serão realizadas reuniões públicas, observados os procedimentos previstos neste Edital e na legislação em vigor.

11.2.2. Serão lavradas atas circunstanciadas de todas as reuniões, as quais serão assinadas pelos membros da Comissão Permanente de Licitações, conforme o caso, e pelos representantes das Licitantes presentes.

11.2.3. A participação de representante de qualquer Licitante dar-se-á mediante a prévia entrega de documento hábil, conforme estabelecido no item 4 deste Edital.

11.2.4. Os representantes das Licitantes presentes poderão nomear uma comissão constituída de alguns entre eles para rubricar os documentos nas diversas reuniões públicas, decisão que constará da respectiva ata.

PREFEITURA DO MUNICÍPIO DE MAUÁ
GABINETE DO PREFEITO
COORDENADORIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL



11.2.4.1. A Comissão Permanente de Licitações e a Subcomissão Técnica, conforme o caso, poderão, no interesse da PMM, realizar diligências para esclarecimentos necessários

11.2.5. A Comissão Permanente de Licitações poderá alterar as datas ou as pautas das reuniões, ou mesmo suspendê-las, em função do desenvolvimento dos trabalhos, obedecidas as normas legais aplicáveis.

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

11.2.6.1. Identificar os representantes das Licitantes, por meio do documento exigido no item 4;

11.2.6.2. Receber os **ENVELOPES nº 1, nº 2, nº 3, nº 4** das licitantes;

11.2.6.3. Conferir se os **ENVELOPES nº 1** apresentam em sua parte externa alguma menção que identifique a empresa Licitante, ocorrência que impedirá a Comissão de Licitações de receber todos os seus envelopes;

11.2.6.4. Abrir os **ENVELOPES nº 1 e nº 3**.

11.2.7. Integrantes da Subcomissão Técnica não poderão participar da sessão de recebimento e abertura dos envelopes com as Propostas Técnicas e de Preços, conforme parágrafo 1º, do artigo 11, da Lei nº 12.232/204.

11.2.8. Os envelopes padronizados com a via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária só serão recebidos pela Comissão Permanente de Licitações se não apresentarem marca, sinal, etiqueta, dobradura ou qualquer outro elemento capaz de identificar a Licitante ou, ainda, se não estiverem danificados ou deformados, conforme disposto no subitem 5.1.1.

11.2.9. A Comissão de Licitações e todos os Licitantes presentes NÃO lançarão nenhum código, sinal ou marca nos envelopes padronizados nem nos documentos que compõem a via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária.

11.2.10. O processamento e o julgamento da licitação obedecerão aos seguintes procedimentos:

a) Abertura do **ENVELOPE nº 1**, com a via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária, e do envelope nº 3, com a Capacidade de Atendimento, o Repertório e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação;

b) Encaminhamento dos **ENVELOPES nº 1**, com as vias não identificadas dos Planos de Comunicação Publicitária à Subcomissão Técnica;

c) Análise individualizada e julgamento, pela Subcomissão Técnica, dos Planos de Comunicação Publicitária, elaboração da ata de julgamento e encaminhamento à Comissão Permanente de Licitações das propostas, da planilha com as pontuações e da justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso;

d) Encaminhamento dos **ENVELOPES nº 3** com a Capacidade de Atendimento, o Repertório e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação à Subcomissão Técnica;

e) Análise individualizada e julgamento, pela Subcomissão Técnica, da Capacidade de Atendimento, do Repertório e dos Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, elaboração da ata de julgamento e encaminhamento à Comissão de Licitações das propostas, da planilha com as pontuações e da justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso.

PREFEITURA DO MUNICÍPIO DE MAUÁ
GABINETE DO PREFEITO
COORDENADORIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL



11.2.11. Em nova sessão pública será para apuração do resultado geral das propostas técnicas, com os seguintes procedimentos:

11.2.11.1. Abertura dos envelopes com a via identificada (**ENVELOPE nº 2**) do Plano de Comunicação Publicitária;

11.2.11.2. Cotejo entre as vias identificadas e não identificadas do plano de comunicação publicitária, para identificação de sua autoria;

11.2.11.3. Elaboração de planilha geral com as pontuações atribuídas a cada um dos quesitos de cada proposta técnica;

11.2.11.4. Proclamação do resultado do julgamento geral da proposta técnica, registrando-se em ata as propostas desclassificadas e a ordem de classificação;

11.2.12. Será publicado o resultado do julgamento das Propostas Técnicas com a indicação das proponentes desclassificadas e das classificadas, em ordem decrescente de pontuação, abrindo-se o prazo de 5 (cinco) dias úteis para interposição de recurso, conforme disposto na alínea "b", do inciso I, do artigo 109, da Lei no 8.666/93.

11.2.13. Não havendo interposição de recurso, ou havida a sua desistência ou, ainda, julgados os recursos interpostos, serão marcados data, hora e local da nova sessão pública, com a seguinte pauta básica:

a) Identificação dos representantes das Licitantes presentes;

b) Abertura do **ENVELOPE nº 4**, cujos documentos serão rubricados pelos membros da Comissão de Licitações e pelos representantes das Licitantes presentes;

c) Exame do cumprimento, pelas Licitantes, das exigências fixadas neste Edital para a elaboração das Propostas de Preços e julgamento;

d) Identificação da proposta de menor preço e conhecimento do resultado aos representantes das Licitantes presentes.

11.2.14. Será publicado o resultado do julgamento da Proposta de Preço com a indicação da ordem de classificação organizada pelo nome dos Licitantes, abrindo-se o prazo de 5 (cinco) dias úteis para interposição de recurso, conforme disposto na alínea "b", do inciso I, do artigo 109, da Lei nº 8.666/93.

11.2.15. Não havendo recurso, ou havido a sua desistência ou, ainda, julgados os recursos interpostos, serão marcados data, hora e local da nova sessão pública, com a seguinte pauta básica:

a) Identificação dos representantes das Licitantes;

b) Recebimento e abertura do ENVELOPE nº 5, exclusivamente dos Licitantes classificados, cujos documentos de habilitação serão rubricados pelos membros da Comissão de Licitações e pelos representantes das Licitantes presentes.

c) Exame do cumprimento, pelas Licitantes, das exigências fixadas neste Edital quanto a habilitação e declaração de vencedora a empresa melhor classificada nas etapas anteriores;

11.2.16. Será publicado o resultado da habilitação, com a indicação das proponentes habilitadas e inabilitadas, abrindo-se o prazo de 5 (cinco) dias úteis para interposição de recurso, conforme disposto na alínea "b", do inciso I, do artigo 109, da Lei nº 8.666/93.



11.2.17. Não havendo interposição de recurso, ou havido a sua desistência ou, ainda, julgados os recursos interpostos, a Comissão de Licitações, antes da homologação do resultado desta concorrência, elaborará e apresentará o relatório à autoridade superior, para análise dos aspectos técnicos publicitários.

11.2.18. À vista do relatório da Comissão Permanente de Licitações, e após sua apreciação pela autoridade superior, homologará ou não o resultado e, assim, aprovará ou não a adjudicação do objeto desta concorrência à vencedora.

11.2.19. Os envelopes das Licitantes inabilitadas ou desclassificadas ficarão à disposição das interessadas por 30 (trinta) dias, contados do encerramento da licitação.

11.2.20. Decorrido esse prazo sem que sejam retirados, a PMM providenciará sua destruição.

12. – DOS RECURSOS E DOS PRAZOS

12.1. As impugnações, defesas, representações, recursos, pedidos de consideração e reclamos de qualquer natureza, deverão ser formulados por escrito, em ofício timbrado e assinado pelo representante legal da Agência licitante, com a comprovação dessa qualidade, protocolados na Prefeitura de Mauá, pela CPL, na Avenida João Ramalho, nº 205, 1º andar, Vila Noêmia, Mauá, SP, no horário das 9 h às 17 h, em estrita observância do respectivo prazo legal.

12.2. As disposições regulamentares em matéria recursal são as previstas no artigo 109, da Lei Federal nº 8.666/93, e alterações subsequentes, obedecidos rigorosamente os prazos e processamentos ali consignados.

12.3. As impugnações e recursos deverão ser endereçados ao presidente da Comissão Permanente de Licitação, para análise e, se for o caso, reconsiderar a decisão que deu origem a irrisignação do concorrente. Na hipótese de manutenção da decisão, a Comissão encaminhará o recurso à autoridade superior, devidamente informando, para decisão, com observância dos prazos legais.

12.4. As intimações dos atos administrativos decorrentes desta licitação dar-se-ão por meio de publicação no site da Prefeitura de Mauá no link do Diário Oficial do Município de Mauá – DOM/Mauá e no Diário Oficial do Estado de São Paulo – IMESP. Esta publicação poderá ser dispensada se a decisão for veiculada em sessão de julgamento na qual estejam presentes os responsáveis legais das licitantes, quando poderá ser feita por comunicação direta aos interessados e lavrada em ata.

12.5. A interposição do recurso será comunicada às demais licitantes, que poderão impugná-lo no prazo legal.

12.6. Os prazos serão contados em dias úteis, excluindo-se o dia do início e incluindo-se o dia do vencimento.

13. DA CONTRATAÇÃO E DA VIGÊNCIA DO CONTRATO

13.1. Após homologado o resultado dessa concorrência, a adjudicatária será convocada, pela Prefeitura de Mauá, no prazo de 5 (cinco) dias úteis, para prestar a garantia mencionada no item 17 adiante e assinar o Contrato, conforme modelo deste Edital, podendo este prazo ser prorrogado por igual período, a critério da Prefeitura de Mauá.

13.2. Não o fazendo, exceto em caso de motivo justificado, a critério da contratante, a adjudicatária decairá do direito ao Contrato, sem prejuízo da aplicação das sanções previstas nos artigos 81 e 87, inciso III, da Lei nº 8.666/93, atualizada. Nessa hipótese, é facultado à Prefeitura de Mauá convocar as licitantes remanescentes, respeitada a ordem de classificação, para assinar Contrato em igual prazo, preço e condições.

13.3. O contrato vigorará pelo prazo de 12 (doze) meses, contados da data de sua assinatura, sendo possível, no vencimento deste, a renovação por iguais e sucessivos períodos, até o limite legal de 60 (sessenta) meses, a critério das partes envolvidas.



13.4. O contratado fica obrigado a aceitar, nas mesmas condições contratuais, os acréscimos ou supressões que se fizerem nos serviços, até 25% (vinte e cinco por cento) do valor inicial atualizado do contrato.

13.5. Farão parte integrante do Contrato o presente Edital e seus anexos além das Propostas Técnica e Comercial da adjudicatária.

14. DAS CONDIÇÕES DE EXECUÇÃO DOS SERVIÇOS E DA FORMA DE PAGAMENTO

14.1. Todo serviço a ser prestado pela contratada deverá ser precedido da apresentação do competente projeto de apropriação de custos, o qual, aprovado pela Coordenadoria de Comunicação Social gerará a expedição de Ordem de Execução de Serviços, onde contará as especificações dos serviços (projeto executivo), preços (planilhas de custos) e os prazos de execução. O valor dos serviços será orçado pela contratada em cada caso, em função dos custos respectivos, obedecendo-se, rigorosamente, sob pena de responsabilidade, sua compatibilidade com os preços de mercado e deverão ser submetidos à apreciação do gerenciador do contrato da Prefeitura de Mauá, que decidirá quanto à sua aprovação.

14.2. Todos os serviços realizados serão documentados através da apresentação dos respectivos comprovantes de veiculação, cópias das faturas, duplicatas quitadas etc., emitidas pelos fornecedores, nos prazos a seguir discriminados:

14.2.1. Comprovantes de veiculação: em até 5 (cinco) dias úteis antes do pagamento;

14.2.2. Cópias das faturas e duplicatas quitadas pelos fornecedores: em até 5 (cinco) dias úteis após o efetivo pagamento.

14.2.3. Os serviços serão executados pela contratada com o fornecimento de toda mão de obra necessária para o atendimento cotidiano "in loco", veículos, materiais e equipamento necessários, sendo permitida a subcontratação parcial dos serviços da Contratante. Nessa hipótese, a contratada será responsável pela integral execução da subcontratação, arcando integralmente com os encargos de qualquer natureza dela decorrentes e também respondendo pelos seus atos juridicamente.

14.2.4. Os originais dos materiais desenvolvidos para a execução dos serviços (arte, arte final, fotolito, spots etc) ficarão sob a guarda da contratada, mas disponíveis a qualquer tempo à Prefeitura de Mauá, que poderá a seu critério requisitar cópias dos originais para comprovação da prestação do serviço e/ou arquivo próprio, vedado à transferência a agentes de qualquer espécie ou a uso além das finalidades solicitadas em plano de campanha específica.

14.2.5. A remuneração à Contratada será feita consoante os preços estabelecidos em sua Proposta de Preços.

14.2.6. Fica instituído, também, que na vigência contratual, a Contratada fará jus ao desconto padrão de agência e aos honorários sobre produção de terceiros (serviços técnicos complementares), de acordo com as Normas do CENP – Conselho Executivo das Normas Padrão.

14.2.7. Os pagamentos serão efetuados em parcelas mensais, em até 10 (dez) dias do mês subsequente da emissão das Notas Fiscais/Faturas pela Contratada, devidamente atestadas pela Coordenadoria de Comunicação Social, e acompanhadas dos seguintes documentos:

- a) CND – Certidão Negativa de Débito (ou positiva com efeitos de negativa);
- b) CRF – Certificado de Regularidade do FGTS;
- c) Autorização (orçamento assinado) da Coordenadoria de Comunicação Social.



14.2.8. A Contratada não emitirá Nota Fiscal própria com os valores dos serviços globais, mas apenas de sua parte, de acordo com as Normas do CENP.

14.2.9. Os demais fornecedores emitirão Notas Fiscais com seus valores, e as mesmas serão apresentadas conjuntamente pela Contratada para a efetuação do pagamento, que repassará, obrigatoriamente, a parte devida aos fornecedores, sendo que nas Notas Fiscais deverão constar o número do contrato.

14.2.9.1 Os pagamentos serão efetuados mediante crédito em conta-corrente da Contratada.

14.2.10. Caso venha a ocorrer necessidade de providências complementares por parte da Contratada, a fluência do prazo será interrompida, reiniciando-se sua contagem a partir da data do respectivo cumprimento.

14.3. Não haverá reajuste de preços de serviços, em face da peculiaridade da remuneração da Contratada constituir-se em porcentagem sobre os custos dos trabalhos aprovados pelo órgão gerenciador do contrato, nem compensação financeira.

15.4. Não haverá pagamento de tributos e outros encargos por parte da Prefeitura do Município de Mauá.

14.5. Os honorários sobre os custos comprovados dos serviços autorizados e executados por terceiros não deverão incidir sobre os impostos que forem adicionados aos preços desses serviços.

14.6. O pagamento poderá ser feito por crédito em conta-corrente da contratada, que será fornecida por escrito, ou outra forma que vier a ser determinada pela Diretoria Financeira, ou ainda, excepcionalmente, na Tesouraria da Prefeitura de Mauá, obedecido ao disposto no art. 15 da Lei 12.232/10.

15. DAS PENALIDADES

15.1. O descumprimento das obrigações previstas em Lei, neste Edital ou no Contrato, sujeitará os licitantes às penalidades previstas na Lei Federal nº 8.666/93 e alterações, sendo que, com referência às multas serão aplicadas as que seguem:

15.1.1. Multa pela recusa da adjudicatária em assinar o Contrato dentro do prazo estabelecido nesse Edital, equivalente a 10% (dez por cento) sobre o valor contratual, sem prejuízo da aplicação das demais sanções legais.

15.1.2. No caso de atraso injustificado na execução da Ordem de Execução de Serviço emitida incorrerá à Contratada em multa diária, não compensatória, de 0,3% (três décimos por cento) sobre o valor da referida OES.

15.1.3. Multa de 10% (dez por cento) sobre o valor da parcela não executada por inexecução parcial do contrato.

15.1.4. Multa de 20% (vinte por cento) sobre o valor do Contrato pela inexecução total do Contrato, sem prejuízo da aplicação das demais sanções.

15.2. Sem prejuízo das multas estabelecidas, poderá advir a suspensão temporária de participação em licitações e impedimento de contratar com a Prefeitura de Mauá, por prazo não superior a 1 (um) ano.

15.3. Fica assegurado o contraditório e a ampla defesa, nos termos da legislação Federal e Municipal vigentes.

15.4. As penalidades poderão ser aplicadas concomitantemente, conforme dispõem a legislação Federal e Municipal em vigor e serão descontadas dos pagamentos a serem efetuados à Contratada, podendo, entretanto, ficarem sujeitas à inscrição na Dívida Ativa para cobrança judicial.



15.5. O prazo para pagamento das multas, na hipótese de não ser possível o automático desconto no pagamento a ser efetuado à Contratada, será de 5 (cinco) dias úteis. Em ocorrendo atraso no recolhimento do pagamento do valor da multa, o mesmo será corrigido monetariamente, conforme disposições ditadas pela Secretaria de Finanças.

16. DA RESCISÃO CONTRATUAL

16.1. Poderá ser considerado o contrato rescindido, de "pleno jure", dentre outros, nos seguintes casos:

16.1.1. Lentidão no ritmo da execução dos serviços, atraso ou não cumprimento dos prazos consignados na Ordem de Execução de Serviço.

16.1.2. Interrupção dos serviços por mais de 45 (quarenta e cinco) dias, por parte da Contratada, sem motivo justificado.

16.1.3. Infração ou reincidência da infração a qualquer cláusula do Contrato, se a rescisão for julgada conveniente pela Prefeitura de Mauá.

16.1.4. Nos casos previstos nos artigos 77 a 80, da Lei Federal nº 8.666/93, atualizada.

16.1.5. A rescisão contratual será sempre motivada.

16.1.6. À contratada será assegurado o direito ao contraditório e a ampla defesa, com os meios e recursos a ela inerentes, na forma estabelecida pelo artigo 5º, inciso IV, da Constituição Federal e pelo artigo 78, § único, da Lei Federal nº 8.666/93, atualizada.

16.1.7. A juízo dos representantes da Prefeitura de Mauá, o contrato poderá ser suspenso até apreciação definitiva da justificacão mencionada no item anterior.

16.1.8. A contratada reconhece os direitos da Administração, conforme artigo 55, inciso IX, previstos no artigo 77 da Lei Federal nº 8666/93.

17. DA PRESTAÇÃO DA GARANTIA CONTRATUAL

17.1. Por ocasião da assinatura do Contrato será exigida da Contratada a prestação de garantia contratual no montante de 5 % (cinco por cento) do valor contratual, optando por uma das seguintes modalidades previstas no parágrafo primeiro do artigo 56 da Lei Federal nº 8.666/93 e posteriores alterações):

a) em dinheiro, ou em títulos da dívida pública; devendo estes ter sido emitidos sob a forma escritural, mediante registro em sistema centralizado de liquidação e de custódia autorizado pelo Banco Central do Brasil e avaliados pelos seus valores econômicos, conforme definido pelo Ministério da Fazenda

b) fiança bancária;

c) seguro-garantia.

17.2. Caso a licitante opte pela modalidade de caução em dinheiro, deverá depositar o valor em conta corrente nº 00600000077-1 agência 0659-9, do Banco Caixa Econômica Federal, em nome da Prefeitura do Município de Mauá, e apresentar comprovante de depósito, na Secretaria de Finanças – 1º andar, do Paço Municipal, que emitirá o respectivo comprovante, para a juntada aos autos do contrato.



17.3. Haverá prestação de garantia adicional se verificada a ocorrência do disposto no § 2º do artigo 48 da Lei Federal 8.666/93 e alterações, no mesmo percentual estabelecido.

17.4. A garantia prestada poderá ser substituída, mediante requerimento do interessado e aprovação da Contratada, respeitadas as modalidades acima previstas.

17.5. Sempre que o valor ou prazo contratual for alterado, a CONTRATADA será convocada a prorrogar o prazo de validade da garantia inicial e reforçar a garantia, de forma a que corresponda sempre à porcentagem de 5% (cinco por cento) do valor atualizado do contrato.

17.6. A garantia prestada pela contratada será liberada ou restituída com a conclusão do contrato, 30 (trinta) dias após a expedição do Termo de Recebimento Definitivo.

18. DAS DISPOSIÇÕES GERAIS

18.1. A documentação relativa a empresas estrangeiras será comprovada mediante documentos equivalente aos exigidos para as empresas nacionais, traduzidos por tradutor juramentado e autenticados pelos respectivos consulados.

18.2. É facultada à Comissão Permanente de Licitação, à Comissão Especial Técnica ou autoridade superior, em qualquer fase da licitação, promover diligência destinada a esclarecer ou complementar a instrução do processo.

18.3. As decisões da Comissão Permanente de Licitações, bem como da Comissão Especial Técnica, serão objeto de publicação no Diário Oficial do Estado de São Paulo - IMESP e Diário Oficial do Município – DOM/Mauá.

18.4. A Prefeitura de Mauá se reserva no direito de a qualquer tempo e a seu exclusivo critério, devidamente motivado por despacho fundamentado, adiar ou revogar a presente licitação, sem que isso represente motivo para as empresas participantes pleiteiem qualquer tipo de indenização.

18.5. A participação na Concorrência implicará na aceitação, em todos os termos, do presente Edital.

18.6. Os licitantes respondem pela fidelidade e legitimidade das informações e dos documentos apresentados nas diversas fases do processo licitatório.

18.7. As informações sobre a execução do contrato, com os nomes dos fornecedores de serviços especializados e veículos, serão divulgadas em sítio próprio aberto para o contrato na rede mundial de computadores, garantido o livre acesso às informações por quaisquer interessados. As informações sobre valores pagos serão divulgadas pelos totais de cada tipo de serviço de fornecedores e de cada meio de divulgação.

18.8. Quaisquer esclarecimentos ou informações complementares sobre o presente certame poderão ser obtidos por escrito na Prefeitura de Mauá.

19. Integram o presente Termo de Referência:

19.1. Anexo I – Briefing;

19.2. Anexo II – Modelo de Proposta de Preços e Execução dos Serviços

19.3. Anexo III – Modelo de Carta de Credenciamento;

19.4. Anexo IV – Declaração menor (inc. V do artigo 27 da lei 8666/93)

19.5. Anexo V – Modelo de declaração de que trata o art. 87, incisos III e IV, da Lei de Licitações;

19.6. Anexo VI – Minuta de Contrato;

PREFEITURA DO MUNICÍPIO DE MAUÁ
GABINETE DO PREFEITO
COORDENADORIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL



- 19.7. **Anexo VII** – Termo de Ciência e de Notificação do Tribunal de Contas do Estado de São Paulo;
- 19.8. **Anexo VIII** – Dados complementares para assinatura de instrumento contratual ou ato jurídico análogo;
- 19.9. **Anexo IX** – Modelo e Declaração de Elaboração Independente de Proposta de Preços;
- 19.10. **Anexo X** – Modelo de Procuração
- 19.11. **Anexo XI** – Planilha de Avaliação das Propostas Técnicas;
- 19.12. **Anexo XII** – Quadro de Critérios de Avaliação das Propostas Técnicas;

Mauá, 04 de Novembro de 2021.

Hélcio Antônio da Silva
Chefe de Gabinete do Prefeito



ANEXO I
BRIEFING;

BRIEFING FICTÍCIO – Retomada do Desenvolvimento Econômico – Pós COVID-19 com foco na Geração de Emprego e Renda

VERBA FICTÍCIA: 600.000,00 (seiscentos mil reais)

I – Objetivo

Este briefing tem a finalidade de orientar o trabalho da licitante para a elaboração da proposta técnica com o objetivo de resgatar a economia do município de Mauá, pós Covid-19, com geração de empregos e renda, com serviços municipais eficientes e de qualidade e com mais tecnologia, assim como abrir canais de discussão e diálogo com a população de Mauá acerca de projetos e ações para que juntos com o poder público municipal haja uma nova agenda de desenvolvimento.

Primário: Recuperar o Desenvolvimento Econômico do Município de Mauá por meio de programas de geração de emprego e renda, pós pandemia Covid-19.

Secundário: Ação transformadora para atrair empreendedores, empresas, e parcerias para a cidade. Problema: A Prefeitura de Mauá sofreu nos últimos anos com a crise econômica no país e problemas com a política local (corrupção e alternância da chefia do executivo), fato que afetou a imagem do município negativamente, perdendo credibilidade para atrair empresas, parcerias e investidores impactando nas estruturas socioeconômica da cidade. Fatos, estes que também causaram evasão e fechamento de empresas, resultando em desemprego e aumento do trabalho informal, desigualdade social e a falta de perspectiva dos munícipes de encontrarem recolocação no mercado de trabalho na cidade onde residem.

II – O cliente

A cidade de Mauá, representada pela Prefeitura de Mauá.

No âmbito desse briefing, a Prefeitura é representada pelo Gabinete do Prefeito, por meio da Coordenadoria de Comunicação Social.

Características do Cliente

Introdução

As ações de publicidade da Prefeitura do Município de Mauá, são coordenadas pelo Gabinete do Prefeito, por meio da Coordenadoria de Comunicação, a fim de tornar público com a devida transparência todas as ações desempenhadas pela prefeitura por meio das secretarias, contemplando a divulgação de todas os serviços, projetos, campanhas institucionais e de utilidade pública com a máxima transparência e respeito ao munícipe.

A atual Administração está estruturada, de forma geral, da seguinte maneira:

- Gabinete do Prefeito
- Coordenadoria de Comunicação Social
- Secretarias:
 - Administração de Modernização
 - Cultura e Juventude
 - Desenvolvimento Econômico
 - Educação

PREFEITURA DO MUNICÍPIO DE MAUÁ
GABINETE DO PREFEITO
COORDENADORIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL



- Esportes de Lazer
- Finanças
- Governo
- Habitação
- Justiça e Defesa da Cidadania
- Obras
- Planejamento Urbano
- Políticas Públicas para as Mulheres
- Promoção Social
- Relações Institucionais
- Saúde
- Segurança Alimentar
- Segurança Pública e Defesa Civil
- Serviços Urbanos
- Transportes
- Trabalho e Renda
- Trânsito e Sistema Viário
- Verde e Meio Ambiente
- Ouvidoria Geral
- Autarquias:
- Arsep e SAMA

Informações Básicas: Localização: Prefeitura do Município de Mauá

Endereço: Avenida João Ramalho, 205 –Vila Noêmia –CEP: 09371-520 –Telefone: 4512-7500

O Município

História

Sabe-se que entre os primeiros moradores da região estavam Antônio Franco da Rocha e o capitão João, que possuíam terras em um local que hoje é conhecido como Várzea do Capitão João. Uma pequena capela, a do Pilar Velho, foi erguida na região e, em torno dela, foram surgindo casas, engenhos de cana-de-açúcar e armazéns. Logo, novos habitantes foram fixando-se e construindo a vila. Bernardo Monelli instalou uma serraria; Manente Pedrotti, a primeira cerâmica e a fábrica de anilina; e Norza e Rozazza montara uma fábrica para moagem de trigo.

Em 1883, a São Paulo Railway, atual estrada de ferro Santos –Jundiaí, inaugurou a Estação Pilar que, em 1926, mudou seu nome para Mauá, em homenagem a Irineu Evangelista de Souza, o Barão de Mauá.

A iluminação a querosene foi instalada em 1909 e dezessete anos mais tarde foi substituída pela iluminação elétrica. O pequeno povoado, no traçado de São Paulo Railway, foi elevado a categoria de Distrito de Paz do Município de São Bernardo, comarca da capital, em 1934.

Gentílico: Mauaense

Formação Administrativa

Av. João Ramalho, 205 - 2º andar - Vl. Noêmia - CEP: 09371-520 - Telefone (11) 4512-7500
CNPJ: 46.522.959/0001-98 - Inscrição Estadual: Isenta - www.maua.sp.gov.br

PREFEITURA DO MUNICÍPIO DE MAUÁ
GABINETE DO PREFEITO
COORDENADORIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL



Distrito criado com a denominação de Mauá, por Decreto-lei Estadual nº 6780, de 18 de outubro de 1934, no município de São Bernardo.

Assim figurando em divisões territoriais datadas de 31/12/1936 e de 31/12/1937, bem como o anexo ao Decreto-lei Estadual nº 9073, de 31 de março de 1938.

Pelo Decreto-lei Estadual nº 9775, de 30 de novembro de 1938, foi transferida a sede do Município de São Bernardo para Santo André.

Elevado a categoria de município com a denominação de Mauá, por Lei Estadual nº 2456, de 30 de dezembro de 1953, desmembrado de Santo André. Constituído do Distrito Sede. Sua instalação verificou-se no dia 01 de janeiro de 1955.

Em divisão territorial datada de 01/07/1960, o município é constituído do Distrito Sede.

Assim permanecendo em divisão territorial datada de 15/07/1999.

Dados Macro

-Mauá é município da região metropolitana do Estado de São Paulo, pertencente à região do ABC Paulista. A densidade demográfica é de 6.741,41 hab/km². Porém, a densidade urbana é bem maior, já que um terço do município é área industrial de 10% pertence a área rural e ao Parque Estadual da Serra do Mar. É o 23º município do Estado em PIB e o 10º em população, com 468.148 habitantes.

Mauá está entre as cinquenta cidades mais populosas de todo o Brasil.

-Possui uma área de 62 km²

-PIB per capita (em reais correntes –2016): 30.509,00

Economia:

Embora existam vários ramos de atividade econômica na cidade, como logística, metalurgia, indústrias químicas e materiais elétricos e petroquímicos, ainda hoje, Mauá é lembrada como “Capital da Louça e da Cerâmica”, devido ao fato de essa atividade ter sido bastante importante para o desenvolvimento do município.

Existem dois polos industriais (Capuava e Sertãozinho) na cidade e um grande Polo Petroquímico onde está localizada a refinaria da Petrobras, a RECAP. Esses polos transformaram Mauá em um dos maiores parques industriais do país. As grandes intervenções viárias (Rodoanel e o prolongamento da Avenida Jacu-Pêssego/Nova Trabalhadores), facilitam acesso à cidade e devem influenciar no crescimento da atividade industrial que hoje sofre com o estrangulamento da malha viária e com sua crônica falta de manutenção.

Algumas empresas com sede ou filial no município de Mauá: BRK Ambiental (comercialização de água e tratamento de esgoto), ALCAN (alumínio), Grecco Transportes (logística), CGE (metalúrgica), Petrobras (refino de petróleo, nitrogenados e gás de cozinha), Ultragaz (gás de cozinha), Bandeirante Química (derivados de petróleo), Porcelana Schmidt (porcelanas de mesa), Liquigás (gás de cozinha), Copagás (gás de cozinha), Polibrasil (polietileno), Chevron-Oronite (derivados de petróleo), Oxiteno-Ultra (gases derivados de petróleo exceto GNV), Firestone (pneus), AkzoNobel (tintas), Saint-Gobain (vidros automotivos), entre muitas outras.

Clima:

O município localiza-se a 818 metros acima do nível do mar, no limite entre a serra do mar e o planalto. Em decorrência disso o clima da cidade é considerado subtropical, com temperatura média durante o ano em torno de 18°C, podendo ultrapassar os 30°C no verão. No inverno a média é de 9 a 14 °C.

PREFEITURA DO MUNICÍPIO DE MAUÁ
GABINETE DO PREFEITO
COORDENADORIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL



Relevo:

A paisagem mauaense denominada pela formação de morros e picos íngremes, formato típico da Serra do Mar, e por profundos vales alagadiços que, hoje, na grande maioria, são aterrados e ocupados de forma desordenada, o que justifica a alta incidência de enchentes. Somente a região do vale do Rio Tamanduatef, no bairro Capuava, é tipicamente plana. Relatos históricos descrevem o local como sendo onde os primeiros bandeirantes, vindos de São Vicente, avistaram o planalto paulista e deram à região o nome de Borda do Campo, por fazer transição entre a Serra do Mar e o Planalto Paulista. O ponto mais alto da cidade é o Morro Pelado, com 867 metros de altitude (o terceiro mais alto da Grande São Paulo). Porém, a cidade é, em média a mais alta da região metropolitana, devido à carência de áreas planas.

População de Mauá por Faixa Etária em Porcentagem ano de referência 2020:

- 5,4 % População de 0 a 4 Anos
- 6,4% População de 5 a 9 Anos
- 6,4% População de 10 a 14 Anos
- 6,2% População de 15 a 19 Anos
- 6,9% População de 20 a 24 Anos
- 8,6% População de 25 a 29 Anos
- 8,5% População de 30 a 34 Anos
- 9,1% População de 35 a 39 Anos
- 8,7% População de 40 a 44 Anos
- 7,8% População de 45 a 49 Anos
- 6,9% População de 50 a 54 Anos
- 6,4% População de 55 a 59 Anos
- 5,5% População de 60 a 64 Anos
- 4,5% População de 65 a 69 Anos
- 3,4% População de 70 a 74 Anos
- 2,2% População de 75 Anos
- 2,4% e 75 Anos +

(Fonte: IBGE / Fundação SEADE)

Taxa anual de crescimento populacional em Mauá:

- 2000-2010 - 1,39%
- 2010-2020* - 1,27 %

(Fonte: IBGE, Censos Demográficos de 2000 e 2010).

Notas: *Base para cálculo da população de 2020, estimativa populacional do IBGE.

Domicílios em Mauá (1980-2020):

- 1980 - 45.948
- 1991 - 71.423
- 2000 - 98.965
- 2010 - 125.348
- 2020*-153.730

(Fonte: IBGE, Censos Demográficos de 1980, 1991, 2000 e 2010. Notas: *Para 2020, estimativa calculada a partir dos Censos Demográficos de 1991, 2000 e 2010 do IBGE.)

PREFEITURA DO MUNICÍPIO DE MAUÁ
GABINETE DO PREFEITO
COORDENADORIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL



Empresas: Algumas empresas com sede ou filial no município de Mauá: BRK Ambiental (comercialização de água e tratamento de esgoto), ALCAN (alumínio), Grecco Transportes (logística), CGE (metalúrgica), Petrobrás (refino de petróleo, nitrogenados e gás de cozinha), Ultragaz (gás de cozinha), Bandeirante Química (derivados de petróleo), Porcelana Schmidt (porcelanas de mesa), Liquigás (gás de cozinha), Copagás (gás de cozinha), Polibrasil (polietileno), Chevron-Oronite (derivados de petróleo), Oxiteno-Ultra (gases derivados de petróleo exceto GNV), Firestone (pneus), AkzoNobel (tintas), Saint-Gobain (vidros automotivos), entre muitas outras.

Empregos em Mauá:

- Emprego formal em Mauá Ano Base/2019
- Masculino - 38.005
- Feminino- 22.672
- Total – 38.005

(Fonte: Programa de Disseminação das Estatísticas do Trabalho -PDET/Ministério do Trabalho)

Rendimentos no Emprego Formal em Mauá Em Reais (R\$) – Ano Base/2019:

Masculino - 3.443,72
Feminino - 2.539,22
Média - 3.102,81

(Fonte: Programa de Disseminação das Estatísticas do Trabalho (PDET)/Ministério do Trabalho Empregos formais por setores econômicos em % - 2019 Fonte: Programa de Disseminação das Estatísticas do Trabalho - PDET/Ministério do Trabalho).

Rendimentos em Mauá – 2020:

Rendimento médio domiciliar per capita (R\$) 661,18 1.135,99

*(Fonte: IBGE, Censo Demográfico de 2010. Notas: * Valores corrigidos pelo IPCA).*

Índice de procura por emprego no geral (em 2019, 2020 e 2021):

Relatórios do Posto/SINE Mauá

- 2019 – 6.685 atendimentos
- 2020 – 2.857 atendimentos
- 2021 – 3.296 * atendimentos até fevereiro.

Programas de Geração de Renda:

- programas de geração de emprego e renda incluso nas Políticas Públicas de Economia Solidária - cursos, fomento ao empreendedorismo, dentre outros,
- programas de qualificação e recolocação de pessoas no mercado de trabalho - Qualificação Profissional (cursos diversas áreas) e Frente de Trabalho (cursos de qualificação e requalificação profissional – administrados pelas Secretarias de Governo e Secretaria de Administração).

Setor que mais emprega em Mauá:

Serviços – De acordo com os cadastros de vagas disponibilizadas no Posto pelas empresas.

(Fonte: Seção de Informações Socioeconômicas Coordenadoria de Planejamento Urbano e Informações Estratégicas Secretaria de Planejamento Urbano Prefeitura do Município de Mauá).

PREFEITURA DO MUNICÍPIO DE MAUÁ
GABINETE DO PREFEITO
COORDENADORIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL



Empresas em Mauá por setor econômico (dezembro – 2019):

- Indústria:1291
- Construção Civil:539
- Comércio: 3135
- Serviços:4340
- Outros: 25

Total de empresas: 9.330

(Fonte: Cadastro Geral de Empregados e Desempregados (CAGED), Ministério do Trabalho – TEM).

Admissões e desligamentos dos empregos formais acumulados no ano de 2020 em Mauá:

- Admissões 20.949
- Desligamentos 21.506
- Saldo (-) 557

(Fonte: Cadastro Geral de Empregados e Desempregados (CAGED), Ministério do Trabalho -MTE).

Ocupações com maiores saldos em admissões e desligamentos em Mauá entre janeiro e setembro de 2020:

Ocupações com maiores admissões:

- Vigilante;
- Alimentador de linha de produção;
- Atendente de lojas e mercados;
- Repositor de mercadorias;
- Faxineiro.

Ocupações com maiores desligamentos:

- Operador de máquinas;
- Assistente administrativo;
- Operador de caixa;
- Costureiro na confecção em série;
- Auxiliar de enfermagem.

(Fonte: Cadastro Geral de Empregados e Desempregados (CAGED), Ministério do Trabalho -MTE).

Salários médios, Salários médios masculino e feminino e salário médio de admissão por setor econômico no emprego formal em Mauá (2019) em reais (R\$) de janeiro de 2021*:

	Salário médio masculino	Salário médio feminino	Salário médio total	Salário médio de admissão
Indústria	R\$ 4.824,93	R\$ 3.361,3	R\$ 4.434,54	R\$ 2.077,83
Construção Civil	R\$ 2.397,88	R\$ 2.223,86	R\$ 2.381,01	R\$ 1.961,06
Comércio	R\$ 2.759,31	R\$ 2.159,65	R\$ 2.495,42	R\$ 1.526,51
Serviços	R\$ 2.958,65	R\$ 2.647,53	R\$ 2.812,30	R\$ 1.594,07

PREFEITURA DO MUNICÍPIO DE MAUÁ
GABINETE DO PREFEITO
COORDENADORIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL



(Fonte: Cadastro Geral de Empregados e Desempregados (CAGED), Ministério do Trabalho (MTE); Relação Anual de Informações Sociais (RAIS), Ministério do Trabalho (MTE) Nota: *Valores corrigidos pelo IPCA – IBGE).

Faixa etária e sexo no emprego formal em Mauá (dezembro – 2019):

Faixa Etária	Masculino	Feminino	Total
14 a 17 anos	205	166	371
18 a 24 anos	5.604	3.713	9.317
25 a 29 anos	4.905	3.431	8.336
30 a 39 anos	11.404	7.446	18.850
40 a 49 anos	8.823	5.077	13.900
50 a 64 anos	6.532	2.713	9.245
Acima de 65 anos	532	126	658
Total	38.005	22.672	60.677

(Fonte: Relação Anual de Informações Sociais (RAIS) - Ministério do Trabalho – MTE).

Empregos formais por escolaridade e setor econômico em Mauá (2019):

Escolaridade/Setor	Indústria	Construção Civil	Comércio	Serviços	Agropecuária	Total
Analfabeto	35	5	21	42	1	104
Até 5ª Incompleto	286	53	109	225	0	673
5ª Completo Fundamenta I	320	43	231	672	4	1.270
6ª a 9ª Fundamental I	718	171	348	451	15	1.703
Fundamenta Completo	1.339	300	935	1.276	11	3.861
Médio Incompleto	969	182	1.104	1.122	1	3.378
Médio Completo	13.471	1.372	11.128	13.238	5	39.214
Superior Incompleto	741	26	395	785	0	1.947
Superior Completo	3.236	109	1.115	4.066	1	8.527
Total	21.115	2.261	15.386	21.877	38	60.677

(Fonte: Relação Anual de Informações Sociais (RAIS), Ministério do Trabalho - MTE).

III – Eixos de atuação referentes aos serviços de Comunicação e Marketing

São eixos de atuação publicitária da Prefeitura do Município de Mauá, desenvolvidos pela Coordenadoria de Comunicação Social:

- 1 – Ação informativa, comunitária e educacional;
- 2 – Atendimento ao público;
- 3 – Publicidade Institucional;
- 4 – Projetos específicos;
- 5 – Demais ações de Marketing e Comunicação (promoção, endomarketing, etc).



IV – Objetivo macro de Comunicação

A comunicação da Prefeitura do Município de Mauá terá como objetivo: mobilizar, envolver, convocar, informar e educar, conforme a ação e seus objetivos específicos.

V – Problema específico de Comunicação

Os esforços que serão realizados pela Prefeitura de Mauá devem ser claros e objetivos afim de alcançar o real entendimento dos problemas e as soluções para que pós pandemia da Covid-19, a cidade retome o desenvolvimento econômico com a atração de empresas, gerar empregos, renda e incentivar o empreendedorismo e gerar oportunidades. Assim sendo, é necessário estimular todos os envolvidos a criar mecanismos de informação, conscientização, estratégias de engajamento. O poder público também possui seus deveres, como buscar recursos junto aos Governos Federal e Estadual, para melhor manutenção dos equipamentos e aplicação dos aportes de forma responsável e estratégica, além de planejar e realizar melhorias na cidade para que o resultado seja um município que ofereça qualidade de vida aos moradores, e, principalmente, oportunidades de emprego e geração de renda.

VI – Contexto

O povo de Mauá é o seu grande patrimônio, povo hospitaleiro, solidário e trabalhador. No entanto, a cidade enfrenta um momento dramático em diversas áreas. A crise econômica decorrente da falta de políticas públicas efetivas por parte do governo federal, somada à pandemia do novo Coronavírus, Mauá, a cada dia mais sofre com a crescente crise econômica, bem como um gravíssimo quadro de desemprego e com a falta de fontes de renda da população.

Nesse contexto, o resgate do trabalho, da renda, da saúde e a proteção social são alicerces restabelecer a credibilidade, autoestima do mauaense e também daqueles que no município objetivam investir e empreender, assim como, a confiança no poder público se restaure como suporte de que é possível a construção de uma nova agenda econômica.

Assim sendo, enfrentar a crise financeira, agravada pelo colapso na saúde pública nacional e no município com a Pandemia da Covid-19 e a lentidão da vacinação em todo o país, reforçam a urgência de medidas para a geração de emprego, trabalho e renda e a reconstrução de um caminho de desenvolvimento econômico para a cidade de Mauá.

VII –Objetivos dessa demanda

Desenvolver campanha publicitária de caráter informativo para solução do problema específico de Comunicação citado acima e atendimento dos objetivos de Comunicação e Marketing. Os esforços de comunicação devem ser claros e objetivos a fim de alcançar o real entendimento dos problemas e as soluções para que as áreas de desenvolvimento econômico, emprego e renda e geração de rendas sejam amplamente divulgadas a fim de diminuir o déficit de procura nas referidas áreas de especializações como cursos e recolocação de profissionais no mercado. Sendo necessário estimular todos os envolvidos a criar mecanismos de informação, conscientização, estratégias de engajamento e controle do índice de desemprego, e da recuperação da Economia, pós enfrentamento e controle da Pandemia da Covid-19.

VIII – Objetivos das Secretarias de Desenvolvimento Econômico e da Secretaria de Trabalho e Renda

- Criar campanha estratégica para fortalecimento da importância da Retomada do Desenvolvimento Econômico Pós-Covid19;
- Criar estratégias para geração de Trabalho e Renda;
- Elaborar campanhas;
- Manter um canal de comunicação aberto com servidores das Secretarias de Desenvolvimento Econômico e Trabalho e Renda para captação de demandas e ideias para projetos de formação de mão de obra, capacitação e para atrair empresas, gerar empregos, incentivar o empreendedorismo e gerar oportunidades;

PREFEITURA DO MUNICÍPIO DE MAUÁ
GABINETE DO PREFEITO
COORDENADORIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL



- Trabalho em conjunto com a Coordenadoria de Comunicação sobre ações realizadas nas Secretarias envolvidas (Desenvolvimento Econômico e Trabalho e Renda) para divulgação e apoio nas campanhas de incentivo e divulgação de oportunidades, por exemplo;

- Criar dispositivos que envolvam a população transformando-a em “agente transformador” que pode, com ações simples, para geração de renda e de economia Criativa, em parceria com a Secretaria da Cultura para promover eventos que possam aquecer a economia local, com festivais gastronômicos, teatrais e de música, exposições de artes para valorizar os artistas locais, entre outros.

- Implantações de programas:

- suporte ao empreendedor para agilizar todos os procedimentos para a instalação e ampliação de empresas no município, promovendo ainda a capacitação e qualificação, apoio e orientação ao empreendedor. E, implantação de Programa de recuperação de créditos de ICMS junto ao Governo do Estado de São Paulo.

- de microcrédito municipal para oferecer financiamento a micro e pequenas empresas na cidade;

- canais digitais: tecnologias para modernidade, qualidade e menos burocratização por meio da digitalização e informatização dos processos administrativos e fiscalizações municipais.

- de fortalecimento dos comércios de bairros e planejamento de infraestrutura necessárias aos eixos comerciais da cidade com segurança, limpeza e iluminação, com a implementação de medidas de divulgação e as ações de marketing que valorizem a estrutura comercial de Mauá;

- Criar/instituir:

1 – Fórum Permanente de Desenvolvimento Econômico e Social de Políticas Públicas para a Retomada da Economia: - permanência e atração de empresas, valorização do comércio local, capacitação e utilização de mão obra local, agilidade nos processos de implantação de novos empreendimentos, fortalecimento da economia solidária, integração regional, entre outras;

- Integrar-se a iniciativas regionais que visem ações, criação ou fortalecimento de organismos para a retomada do crescimento econômico, geração de emprego, renda e capacitação de trabalhadores e trabalhadoras.

- promoção de ações para facilitar o acesso a microcrédito para pequenos empreendimentos e empresas em processo de criação, acompanhadas de medidas de capacitação, assistência técnica e de incentivo ao associativismo;

- parcerias com Universidades, Institutos, Sebrae e Sistema “S”, para suporte técnico e capacitação, direcionados a empreendimentos em criação, para experiências de cooperativismo e economia solidária.

- Reestruturar a Secretaria de Trabalho e Renda, considerando os impactos socioeconômicos da crise atual na vida dos trabalhadores e trabalhadoras, onde se destaca o desemprego e o aumento da economia informal e as experiências de economia solidária;

- Realizar diagnóstico que evidencie o perfil dos trabalhadores da cidade, necessidades de mão de obra e de capacitação da mesma, bem como a realidade dos trabalhadores informais;

- Criar Programa de Atendimento ao trabalhador e trabalhadora desempregado, desenvolvendo ações de capacitação, intermediação de mão de obra e apoio ao trabalhador e trabalhadora da economia informal;

2 – Comitê de acompanhamento do período pós-pandemia, com a participação de autônomos, pequenos, médios e grandes empresários, ambulantes, sindicatos e associações e representantes da classe trabalhadora com o objetivo de acelerar a atividade econômica. E, para parcerias município-iniciativa privada para mapeamento dos munícipes sem emprego e suas qualificações, cruzando as informações com as vagas de trabalho disponíveis para reinserir o munícipe no mercado de trabalho.

Impulsionar a divulgação dos serviços já disponibilizados pelo Centro Público de Trabalho e Renda: • Captação de vagas • Intermediação de mão de obra; • Orientação profissional; • Habilitação ao Seguro Desemprego; • Cursos de Qualificação Social

PREFEITURA DO MUNICÍPIO DE MAUÁ
GABINETE DO PREFEITO
COORDENADORIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL



e Profissional; • Emissão de Carteira de Trabalho e Previdência Social; • Programa Nacional de Acesso ao Ensino Técnico e Emprego (Pronatec); • Plano Territorial de Qualificação (PlanteQ);

IX –Target

A identificação dos públicos a serem atingidos pelas ações de Comunicação e Marketing, em geral, fica por parte da licitante.

X –Tema

Tema proposto para campanha fictícia: *Desenvolvimento Econômico Pós Covid-19 – Geração de Emprego e Renda*

XI –Período da campanha

30 (trinta) dias.

XII –Praça

Município de Mauá.

XIII –Verba fictícia

R\$ 600.000,00 (seiscentos mil reais).

Atenção: Este valor deve ser considerado na simulação de mídia on-line, off-line e eletrônica, bem como na alocação dos valores para produção, veiculação, exposição e distribuição da campanha. Observação: não deverão ser previstos custos internos para a criação nem honorários sobre serviços de fornecedores.

XIV –Recursos Próprios da PMM

Outdoor pontos próprios:

Formato: 9,00X3,00 metros

Quantidade: 37

Material indicado: lona e impressão digital

Painéis próprios:

Formato: 10,00x5,00 metros

Quantidade: 31

Material indicado: lona e impressão digital

Busdoor – concessão

Para a simulação, utilizar as seguintes quantidades e formatos (apenas o vidro traseiro)

Formato: 2,18X0,90 metros

Quantidade: 40

As quantidades dentro do limite estabelecido (40 busdoors) não há custos de veiculação, apenas custo com a produção dos adesivos. Excedendo a quantidade prevista na concessão (20), ou a utilização de outras áreas do ônibus, os orçamentos e demais informações ficarão a critério da licitante e da Empresa de Transporte Coletivo atuante no Município.

Site (<http://www.maua.sp.gov.br>) – O site da Prefeitura de Mauá, além de possuir um portal de serviços, há uma área na home para notícias com a possibilidade de inserção de dois banners rotativos. Um banner de notícias na área central (destinado a ilustrar as notícias principais) e o outro banner informativo (destinado às campanhas periódicas) localizado na parte inferior abaixo de notícias.

PREFEITURA DO MUNICÍPIO DE MAUÁ
GABINETE DO PREFEITO
COORDENADORIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL



Banner de Notícias: 600x335px / formatos: jpg ou png

Banner Informativo: 600x144px / formatos: jpg ou png;

Redes Sociais – Facebook, Instagram.



ANEXO II
PROPOSTA DE PREÇOS

Ao

Sr. Presidente da Comissão Permanente de Licitações

Ref.: Concorrência nº 006/2021

A _____ (razão social), estabelecida na Rua /Avenida _____, _____ (Município), _____ (Estado) _____, tel/fax: (____) _____, e-mail: _____, sendo responsável legal o(a) Sr(a) _____ (nacionalidade), _____ (estado civil), _____ (profissão), portador(a) da cédula de identidade R.G. no _____, inscrito(a) no C.P.F. sob o nº _____, vem apresentar sua **PROPOSTA DE PREÇOS** para a **Concorrência nº 006/2021**, como segue:

- O percentual de honorário incidente sobre o preço dos serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material, assim como à criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias, é de _____% (por extenso);

- O desconto que será concedido sobre os custos internos de produção da agência sobre a Tabela do Sindicato das Agências do Estado de São Paulo é de _____% (por extenso)

Declaramos também que na vigência do contrato, faremos jus ao desconto padrão de agência, de acordo com as Normas do CENP – Conselho Executivo das Normas Padrão;

O prazo de validade da presente proposta é de _____ (_____) dias;

Os preços propostos incluem todos os impostos, taxas, encargos trabalhistas, previdenciários e comerciais incidentes sobre os serviços ora licitados, bem como os custos de transportes e seguros.

Local, _____ de _____ de 2021.

Assinatura do Representante Legal da empresa licitante

OBS: O documento deverá ser digitado em papel timbrado da empresa, com o carimbo onde conste o nome da empresa, endereço e o nº do CNPJ.



ANEXO III
CARTA DE CREDENCIAMENTO

Ref.: Concorrência n° 006/2021

Prezada Comissão de Licitações,

Pelo presente, designamos o Sr(a). _____, portador(a) da cédula de identidade R.G. n° _____, e CPF n° _____, para representar esta empresa _____ (razão social), CNPJ n° _____, na **Concorrência n° 006/2021**, a quem se outorga poderes para rubricar propostas das demais licitantes, assinar atas e documentos, interpor recursos e impugnações, receber notificação, tomar ciência de decisões, recorrer, desistir da interposição de recursos, acordar, transigir, enfim, praticar todo e qualquer ato necessário à perfeita representação ativa da outorgante no procedimento licitatório em referência, salvo o substabelecimento.

____/____/2021.

Assinatura do Responsável pela Empresa
(com firma reconhecida)

OBS: A carta credencial deverá ser digitada em papel timbrado da empresa, com o carimbo onde conste o nome da empresa, endereço e o n° do CNPJ.



ANEXO IV

DECLARAÇÃO DE NÃO EMPREGABILIDADE DE MENOR, DE QUE TRATA O INC. V DO ARTIGO 27 LEI N° 8.666/93 E
INCISO XXXIII, DO ART. 7 DA CF

(modelo sugerido)

Declaramos, sob as penas da lei, que a empresa _____, inscrita no CNPJ n° _____, localizada na _____, declara, para os fins do disposto no inciso V do artigo 27 da Lei 8.666/93, que não emprega menor de dezoito anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre e não emprega menor de dezesseis anos.

Ressalvando a possibilidade de empregar menor, a partir de 14 anos, na condição de aprendiz.

Mauá, ____ / ____ / 2021.

Representante legal da empresa

OBS: A declaração deverá ser digitada em papel timbrado da empresa, com o carimbo onde conste o nome da empresa, endereço e o n° do CNPJ.



ANEXO V

DECLARAÇÃO DE QUE TRATA O ART. 87, III E IV DA LEI N° 8.666/93

(modelo sugerido)

Declaramos, sob as penas da lei, que a empresa _____, inscrita no CNPJ nº _____, localizada na _____, na data da apresentação da proposta de **Concorrência nº 006/2021**, não está cumprindo pena de suspensão temporária de participação em licitação com a Prefeitura Municipal de Mauá, nem impedida de contratar com a Administração Pública, tampouco apenada com declaração de inidoneidade para licitar ou contratar, nos termos do artigo 87, incisos III e IV, da Lei nº 8.666/93.

LOCAL, ____ / ____ / 2021.

Representante legal da empresa



ANEXO VI
MINUTA DE TERMO DE CONTRATO

CONTRATO: Nº...../.....

PROCESSO: Nº _____

CONTRATANTE: PREFEITURA DE MAUÁ

CONTRATADA: _____

Aos..... dias do mês de de dois mil e vinte e um, de um lado a PREFEITURA DO MUNICÍPIO DE MAUÁ, adiante designada simplesmente CONTRATANTE, neste ato representada pela Coordenadoria de Comunicação Social, e a empresa....., sita à, neste ato representada por..... (qualificação), inscrita no CNPJ sob nº.....,

Adiante designada apenas CONTRATADA, em função do contido no despacho homologatório, contido às fls.....do PA nº publicado em Atos Oficiais de/...../2021, sujeitando-se às normas das Leis Federais nºs 57.690/66 e 2.262/97, LEI Nº 12.232, de 29 de abril de 2010, das Normas/Padrão para Prestação de serviços de Comunicações pelas Agências de Propaganda e Veículos de Comunicação e suas Recíprocas Relações vigentes, Código de Ética dos Profissionais de Propaganda e Código Brasileiro de Auto Regulamentação Publicitária, CENP –Conselho Executivo das Normas Padrão, bem como as cláusulas e condições seguintes, tem por justo e contratado o quanto segue:

CLÁUSULA PRIMEIRA – DO OBJETO

1. A CONTRATADA se obriga a executar os serviços de criação e divulgação de publicidade institucional de interesse público, incluindo os atos, programas, obras, serviços e campanhas da Prefeitura do Município de Mauá, em âmbito regional, nacional e internacional, divulgação de atos, programas, obras, serviços e campanhas dos órgãos municipais, compreendendo o estudo, concepção, pesquisa, produção, execução, veiculação, bem como a distribuição de materiais, peças ou campanhas de interesse da CONTRATANTE, nos termos do artigo 37, parágrafo 1º, da Constituição da República Federativa do Brasil e do artigo da Lei Orgânica do Município de Mauá, conforme definido nas disposições específicas contidas na Lei Federal nº 4.680, de 18 de junho de 1965, Decreto Federal nº 57.690, de 01 de fevereiro de 1966, com as alterações do Decreto nº 2.262, de 26 de junho de 1997, e Lei Federal nº 12.232, de 29 de abril de 2010, com as Normas –Padrão para Prestação de Serviços de Comunicação Pelas Agências de Propaganda e Veículos e suas recíprocas vigentes, Código de Ética dos Profissionais de Propaganda e suas alterações, bem como Código de Auto Regulamentação Publicitária

1.1. Os serviços terão caráter educativo informativo ou de orientação social, nos estritos termos do artigo 37, parágrafo 1º, da Constituição da República Federativa do Brasil e artigo, da Lei Orgânica do Município do Mauá.

1.2. Também integram o objeto deste contrato, como atividades complementares, os serviços especializados pertinentes:

a) ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimentos relativos à execução do contrato;

b) à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias;

c) à produção e à execução técnica das peças e ou material criados pela agência contratada

1.2.1. As pesquisas e outros instrumentos de avaliação previstos na alínea “a” do subitem 1.2, terão a finalidade de:

PREFEITURA DO MUNICÍPIO DE MAUÁ
GABINETE DO PREFEITO
COORDENADORIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL



a) gerar conhecimento sobre o mercado ou o ambiente de atuação do Governo Municipal de Mauá, o público-alvo e os veículos de divulgação nos quais serão difundidas as campanhas ou peças;

b) aferir o desenvolvimento estratégico, a criação e a divulgação de mensagens;

c) possibilitar a mensuração dos resultados das campanhas ou peças, vedada a inclusão de matéria estranha ou sem pertinência temática com a ação publicitária.

1.2.2. Os serviços previstos no subitem 1.2 não abrangem as atividades de promoção de patrocínio e de assessoria de comunicação, imprensa e relações-públicas, e a realização de eventos festivos de qualquer natureza.

1.2.2.1. Não se incluem no conceito de patrocínio mencionado no subitem precedente, o patrocínio de mídia, ou seja, de projetos de veiculação em mídia ou em instalações, dispositivos e engenhos que funcionem como veículo de comunicação e o patrocínio da transmissão de eventos esportivos, culturais ou de entretenimento comercializado por veículos de comunicação.

1.3. Para a prestação dos serviços será contratada uma agência de propaganda, doravante denominada "Licitante", "Agência" ou "Contratada".

1.4. A Agência não poderá subcontratar outra agência de propaganda para a execução de serviços previstos no subitem 1.1 e 1.2 deste instrumento.

1.5. A Agência atuará por ordem e conta da PMM, na contratação de:

1.5.1. Fornecedores de serviços especializados para a produção e a execução técnica das peças, campanhas e materiais e a execução dos serviços conexos e complementares previstas no subitem 1.2.

1.5.2. Veículos e outros meios de divulgação para a compra de tempo e espaço publicitários.

CLÁUSULA SEGUNDA – DO VALOR E DA REMUNERAÇÃO PELOS SERVIÇOS

2. O valor estimado do contrato é de até R\$ _____ (_____), onerando dotações orçamentárias a serem consignadas.

2.1. O valor dos serviços será orçado pela CONTRATADA, em cada caso em função dos custos respectivos, obedecendo-se, rigorosamente, sob pena de responsabilidade, sua compatibilidade com os preços de mercado, e deverão ser submetidos à apreciação do órgão gerenciador da CONTRATANTE, que decidirá quanto à sua aprovação, no prazo de 05 (cinco) dias.

2.2. A remuneração à Contratada será feita consoante os preços estabelecidos em sua Proposta de Preços, a saber:

A) Para os serviços do objeto licitado, o desconto sobre a Tabela de Custos Internos do SINAPRO-SP, na ordem de ____% (conforme proposta comercial);

B) Sobre produção de terceiros (serviços técnicos complementares) os honorários constantes em sua proposta comercial na ordem de ____%.

2.3. Fica instituído, também, que na vigência contratual, a Contratada fará jus ao desconto padrão de agência e aos honorários sobre produção de terceiros (serviços técnicos complementares), de acordo com as Normas do CENP –Conselho Executivo das Normas Padrão.

CLÁUSULA TERCEIRA – DO PRAZO CONTRATUAL

3.1. O prazo de vigência do contrato será de 12 (doze) meses, contados a partir da data de assinatura, podendo ser prorrogado, a critério das partes, por iguais e sucessivos períodos, até o limite de 60 meses.3.1. As partes deverão, com



antecedência não inferior a 30 (trinta) dias, da data de término da vigência do contrato, manifestar, por escrito, seu eventual interesse na prorrogação do ajuste.

3.2. O contratado fica obrigado a aceitar, nas mesmas condições contratuais, os acréscimos ou supressões que se fizerem nos serviços, até 25% (vinte e cinco por cento) do valor inicial atualizado do contrato.

CLÁUSULA QUARTA –DO PAGAMENTO

4.1. A remuneração à Contratada será feita consoante os preços estabelecidos em sua Proposta de Preços, a saber:

- a. Para os serviços do objeto licitado, o desconto sobre a Tabela de Custos Internos do SINAPRO-SP, na ordem de ____% (conforme proposta comercial);
- b. Sobre produção de terceiros (serviços técnicos complementares) os honorários constantes em sua proposta comercial na ordem de ____%.

4.2. Os pagamentos serão efetuados em parcelas mensais, em até 10 (dez) dias do mês subsequente da emissão das Notas Fiscais/Faturas pela Contratada, devidamente atestadas pela Coordenadoria de Comunicação Social, e acompanhadas dos seguintes documentos:

- a. CND –Certidão Negativa de Débito (ou positiva com efeitos de negativa);
- b. CRF –Certificado de Regularidade do FGTS;
- c. Autorização (orçamento assinado) da Coordenadoria de Comunicação Social.

4.3. A Contratada não emitirá Nota Fiscal própria com os valores dos serviços globais, mas apenas de sua parte, de acordo com as Normas do CENP.

4.4. Os demais fornecedores emitirão Notas Fiscais com seus valores, e as mesmas serão apresentadas conjuntamente pela Contratada para a efetuação do pagamento, que repassará, obrigatoriamente, a parte devida aos fornecedores, sendo que nas Notas Fiscais deverão constar o número do contrato.

4.5. Os pagamentos serão efetuados mediante crédito em conta corrente da Contratada.

4.6. Caso venha a ocorrer necessidade de providências complementares por parte da Contratada, a fluência do prazo será interrompida, reiniciando-se sua contagem a partir da data do respectivo cumprimento.

4.7. Não haverá reajuste de preços de serviços, em face da peculiaridade da remuneração da Contratada constituir-se em porcentagem sobre os custos dos trabalhos aprovados pelo órgão gerenciador do contrato, nem compensação financeira.

4.8. Não haverá pagamento de tributos e outros encargos por parte da Prefeitura do Município de Mauá.

4.9. Os honorários sobre os custos comprovados dos serviços autorizados e executados por terceiros não deverão incidir sobre os impostos que forem adicionados aos preços desses serviços.

4.10. O pagamento poderá ser feito por crédito em conta corrente da contratada, que será fornecida por escrito, ou outra forma que vier a ser determinada pela Diretoria Financeira, ou ainda, excepcionalmente, na Tesouraria da Prefeitura de Mauá, obedecido o disposto no art. 15 da Lei 12.232/10.

CLÁUSULA QUINTA –DAS CONDIÇÕES DE EXECUÇÃO

5.1. Todo serviço a ser prestado pela CONTRATADA deverá ser precedido da apresentação do competente projeto de apropriação de custo o qual, aprovado pelo órgão gerenciador da Prefeitura de Mauá, gerará a expedição de Ordem de Execução de Serviços, conforme o modelo que compõe o anexo II do Edital, onde constarão as especificações dos serviços (projeto executivo), preços (planilhas de custos e/ou 3 orçamentos de terceirizados) e os prazos de execução. O valor dos serviços será orçado pela CONTRATADA em cada caso, em função dos custos respectivos, obedecendo-se, rigorosamente, sob pena de responsabilidade, sua compatibilidade com os preços do mercado, relativamente a compatibilidade do preço, que este tem como limite os valores constantes da Tabela de Preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de São

PREFEITURA DO MUNICÍPIO DE MAUÁ
GABINETE DO PREFEITO
COORDENADORIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL



Paulo, e deverão ser submetidos à apreciação do órgão gerenciador do contrato da Prefeitura de Mauá, que decidirá quanto a sua aprovação

5.2 Todos os serviços realizados serão documentados através da apresentação dos respectivos comprovantes de veiculação, cópias das faturas e duplicatas quitadas, emitidas pelos fornecedores, nos prazos a seguir discriminados:

- a) Comprovante de veiculação, até 5 (cinco) dias antes do pagamento, conforme estabelecido no item 4;
- b) Cópias das faturas e duplicatas quitadas emitidas pelos fornecedores, até 5 (cinco) dias úteis após o efetivo pagamento.

5.3. Os serviços serão executados pela contratada com o fornecimento de toda mão de obra necessária para o atendimento cotidiano, inclusive, "in loco", veículos, materiais e equipamento necessários, sendo permitida a subcontratação parcial dos serviços necessários ao cumprimento do objeto, desde que previamente submetido à anuência da unidade ou órgão responsável pelo gerenciamento do contrato. Nessa hipótese, a CONTRATADA responsável pela integral execução da subcontratação, arcando integralmente com os encargos de qualquer natureza dela decorrentes.

5.4. Os originais dos materiais desenvolvidos para a execução dos serviços (arte, fotolito, etc.) ficarão sob a guarda da CONTRATADA, mas disponíveis a qualquer tempo para a CONTRATANTE, que poderá, a seu critério, requisitar cópia dos originais para comprovação da prestação dos serviços e arquivo próprio, vedada a transferência a agentes de qualquer espécie ou uso além das finalidades solicitadas em plano de campanha específica.

5.5. Após aprovação, serão expedidas Ordem de Execução de Serviços, na forma do Anexo II integrante do Edital, com as especificações, preço e o respectivo prazo para a execução.

5.6. Os prazos de execução das Ordens de Execução de Serviços poderão ser revisados, a critério do órgão gerenciador da CONTRATANTE, desde que devidamente justificados.

5.7. Além das obrigações constantes em cláusulas próprias deste contrato, do Edital de Licitação e seus anexos, em especial, as definidas nas legislações sobre licitações, cabe ao CONTRATADO:6.6.1. Designar, por escrito, o funcionário responsável pra resolução de eventuais ocorrências durante a execução deste contrato;

5.7.1. Zelar pela fiel execução deste contrato, utilizando-se de todos os recursos materiais e humanos necessários;

5.7.2. Arcar com todas as despesas diretas e indiretas relacionadas com a execução do contrato;

5.7.3. Cumprir as posturas do Município e as disposições legais estaduais e federais que interfiram na execução do contrato;

5.7.4. Na hipótese da inclusão única e exclusiva de quaisquer das atividades complementares autorizadas limitadas e restritivamente pelo artigo 2º,§ 1º, da Lei nº 12.232/2010, o fornecimento de bens ou serviços dar-se-á rigorosamente de acordo com o disposto no artigo 14 e §§ da Lei nº 12.232/2010, indicada no preâmbulo deste termo;

5.7.5. Manter-se, durante toda a execução do contrato, em compatibilidade com as obrigações assumidas, mantendo todas as condições que culminaram em sua habilitação e qualificação na fase da licitação, indicada no preâmbulo deste termo;

5.7.6. Dar ciência imediata e por escrito ao CONTRATANTE sobre qualquer anormalidade que verificar na execução do contrato;

5.7.7. Responder por quaisquer danos, perdas ou prejuízos causados diretamente ao CONTRATANTE ou a terceiros decorrentes de sua culpa ou dolo na execução do contrato, não excluindo ou reduzindo essa responsabilidade, a fiscalização do CONTRATANTE em seu acompanhamento;

5.7.8. Responder pelos encargos trabalhistas, previdenciários, fiscais, comerciais e tributários resultantes da execução deste contrato, nos termos do artigo 71 da Lei nº 8.666/93.

5.7.9. Responder pelos serviços que executar, na forma da Lei;

5.7.10. Prover os serviços ora contratados, com pessoal, inclusive, "in loco" e equipamentos adequados e capacitados em todos os níveis de trabalho;



5.7.11. Responsabilizar-se pelas obrigações decorrentes de acidente de trabalho ocorridos na execução dos serviços contratados; do uso de serviços de patentes registradas; pela destruição ou danificação do serviço em execução, até a definitiva aceitação do mesmo pela fiscalização; pelas indenizações que possam vir a serem devidas a terceiros por fatos oriundos dos serviços contratados; pelas obrigações trabalhistas, encargos sociais decorrentes da prestação do serviço; pela quitação das exigências, municipais, estaduais ou federais;

5.7.12. Transferir ao contratante todo o material, utilizados em propaganda dos produtos, mercadorias e serviços, que vierem a ser criados e produzidos no âmbito deste contrato, bem como os direitos autorais relativos, aqui compreendidos o de usar e dispor deste material independentemente de qualquer remuneração adicional, incluindo a entrega de todos os dados, negativos e ou matrizes, documentos e elementos de informação pertinente à concepção, desenvolvimento, fixação em suporte físico de qualquer natureza e aplicação de serviços, respeitados os direitos de terceiros;

5.7.13. Guiar-se pelo Código de Ética dos profissionais de propaganda e pelas normas correlatas, realizando os serviços em observância ao Código de Defesa do Consumidor, à legislação de proteção à propriedade intelectual, demais leis vigentes, e a moral e aos bons costumes.

5.7.14. A CONTRATADA deverá, durante o período de, no mínimo, 5 (cinco) anos após a extinção do contrato, manter acervo comprobatório da totalidade dos serviços prestados e das peças publicitárias produzidas, nos termos do artigo 17 da Lei 12.232/2010.

CLÁUSULA SEXTA –DAS PENALIDADES

6.1.. As penalidades a serem aplicadas são aquelas elencadas nos artigos 86 e seguintes do Capítulo IV, Seção II da Lei Federal nº 8666/93 e alterações.7.1. Multa de 0,3% (zero vírgula três por cento) por dia de atraso na entrega programada sobre o valor da Ordem da Execução de Serviços.

6.2. Multa de 10% (dez por cento) sobre o valor da parcela não executada por inexecução parcial do contrato.

6.3. Multa de 20% (vinte por cento) sobre o valor do Contrato pela inexecução total do Contrato, sem prejuízo da aplicação das demais sanções.

6.4. As penalidades poderão ser aplicadas concomitantemente, conforme dispõe o § 2º, do Artigo 87, da Lei Federal nº 8666/93.

6.5. As importâncias relativas as multas poderão ser descontadas dos pagamentos a serem efetuados à CONTRATADA, se aplicadas em tempo hábil para tanto, podendo, entretanto, conforme o caso, serem inscritas para constituírem dívida ativa na forma da Lei.

6.6. O prazo para pagamento das multas, na hipótese de não ser possível o automático desconto no pagamento a ser efetuado a CONTRATADA será de 05 (cinco) dias úteis. Em ocorrendo atraso no recolhimento do pagamento do valor da multa, o mesmo será corrigido monetariamente, conforme disposições dadas pela Secretaria de Finanças.

CLÁUSULA SÉTIMA –DA GARANTIA CONTRATUAL

7.1. Em garantia da execução do presente contrato a CONTRATADA apresentou R\$ (xxxx) correspondente a 5% (cinco por cento) sobre o valor contratual, devidamente aceita e custodiada pela Secretaria de Finanças, conforme comprovante anexo ao processo administrativo em epígrafe, que fica fazendo parte deste como Anexo II.

CLÁUSULA OITAVA –DA ALTERAÇÃO E RESCISÃO DO CONTRATO

8.1. O contrato poderá ser alterado nas hipóteses previstas no artigo 65 da Lei Federal nº 8666/93 e alterações.9.1. Dar-se-á a rescisão em qualquer das hipóteses previstas nos artigos 77 a 80 da Lei Federal nº 8.666/93 e alterações.

CLÁUSULA NONA –DO FORO

09.1. As dúvidas, litígios ou controvérsias oriundos do presente instrumento serão dirimidas no Foro privativo da Fazenda Pública da Cidade de Mauá.

CLÁUSULA DÉCIMA –DO RECEBIMENTO DEFINITIVO

10.1. Executando o Contrato, procederá a CONTRATANTE ao recebimento definitivo de seu objeto, mediante termo circunstanciado, assinado pelas partes, contendo declaração expressa de sua adequação às cláusulas avençadas.

PREFEITURA DO MUNICÍPIO DE MAUÁ
GABINETE DO PREFEITO
COORDENADORIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL



CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA – DAS DISPOSIÇÕES GERAIS

11.1. Ficam fazendo parte integrante do presente o Edital de Licitação, e as propostas técnica e financeira vencedoras da Licitação. Havendo dúvida, prevalecem as disposições edilícias sobre as contratuais.

E, por estarem justas e contratadas, foi lavrado o presente instrumento, que lido e achado conforme, vai assinado em 4 (quatro) vias de igual teor pelas partes, na presença das testemunhas abaixo, exibindo a CONTRATADA, neste ato, a Guia de Arrecadação nº no valor de R\$.....(.....), referente ao pagamento do preço público relativo à elaboração do Termo deste ajuste.

CONTRATANTE

CONTRATADA

TESTEMUNHAS:

- 1)
- 2)



ANEXO VII

TERMO DE CIÊNCIA E DE NOTIFICAÇÃO CONTRATOS OU ATOS JURÍDICOS ANÁLOGOS

CONTRATANTE: _____

CONTRATADO: _____

CONTRATO Nº (DE ORIGEM): _____

OBJETO: _____

ADVOGADO (S)/ Nº OAB/e-mail: (*) _____

Pelo presente TERMO, nós, abaixo identificados:

1. Estamos CIENTES de que:

- a) o ajuste acima referido, seus aditamentos, bem como o acompanhamento de sua execução contratual, estarão sujeitos a análise e julgamento pelo Tribunal de Contas do Estado de São Paulo, cujo trâmite processual ocorrerá pelo sistema eletrônico;
- b) poderemos ter acesso ao processo, tendo vista e extraindo cópias das manifestações de interesse, Despachos e Decisões, mediante regular cadastramento no Sistema de Processo Eletrônico, em consonância com o estabelecido na Resolução nº 01/2011 do TCESP;
- c) além de disponíveis no processo eletrônico, todos os Despachos e Decisões que vierem a ser tomados, relativamente ao aludido processo, serão publicados no Diário Oficial do Estado, Caderno do Poder Legislativo, parte do Tribunal de Contas do Estado de São Paulo, em conformidade com o artigo 90 da Lei Complementar nº 709, de 14 de janeiro de 1993, iniciando-se, a partir de então, a contagem dos prazos processuais, conforme regras do Código de Processo Civil;
- d) as informações pessoais dos responsáveis pela contratante estão cadastradas no módulo eletrônico do “Cadastro Corporativo TCESP – CadTCESP”, nos termos previstos no Artigo 2º das Instruções nº01/2020, conforme “Declaração(ões) de Atualização Cadastral” anexa (s);
- e) é de exclusiva responsabilidade do contratado manter seus dados sempre atualizados.

2. Damo-nos por NOTIFICADOS para:

- a) O acompanhamento dos atos do processo até seu julgamento final e conseqüente publicação;
- b) Se for o caso e de nosso interesse, nos prazos e nas formas legais e regimentais, exercer o direito de defesa, interpor recursos e o que mais couber.

LOCAL e DATA: _____

AUTORIDADE MÁXIMA DO ÓRGÃO/ENTIDADE:

Nome: _____

Cargo: _____

CPF: _____

PREFEITURA DO MUNICÍPIO DE MAUÁ
GABINETE DO PREFEITO
COORDENADORIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL



RESPONSÁVEIS PELA HOMOLOGAÇÃO DO CERTAME OU RATIFICAÇÃO DA DISPENSA/INEXIGIBILIDADE DE LICITAÇÃO:

Nome: _____

Cargo: _____

CPF: _____

Assinatura: _____

RESPONSÁVEIS QUE ASSINARAM O AJUSTE:

Pelo contratante:

Nome: _____

Cargo: _____

CPF: _____

Assinatura: _____

Pela contratada:

Nome: _____

Cargo: _____

CPF: _____

Assinatura: _____

ORDENADOR DE DESPESAS DA CONTRATANTE:

Nome: _____

Cargo: _____

CPF: _____

Assinatura: _____

(*) Facultativo. Indicar quando já constituído, informando, inclusive, o endereço eletrônico.

PREFEITURA DO MUNICÍPIO DE MAUÁ
GABINETE DO PREFEITO
COORDENADORIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL



ANEXO LC-02 – DECLARAÇÃO DE DOCUMENTOS À DISPOSIÇÃO DO TCE-SP

CONTRATANTE:

CNPJ Nº:

CONTRATADA:

CNPJ Nº:

CONTRATO Nº (DE ORIGEM):

DATA DA ASSINATURA:

VIGÊNCIA:

OBJETO:

VALOR (R\$):

Declaro(amos), na qualidade de responsável(is) pela entidade supra epigrafada, sob as penas da Lei, que os demais documentos originais, atinentes à correspondente licitação, encontram-se no respectivo processo administrativo arquivado na origem à disposição do Tribunal de Contas do Estado de São Paulo, e serão remetidos quando requisitados.

Em se tratando de obras/serviços de engenharia:

Declaro(amos), na qualidade de responsável(is) pela entidade supra epigrafada, sob as penas da Lei, que os demais documentos originais, atinentes à correspondente licitação, em especial, os a seguir relacionados, encontram-se no respectivo processo administrativo arquivado na origem à disposição do Tribunal de Contas do Estado de São Paulo, e serão remetidos quando requisitados:

- a) memorial descritivo dos trabalhos e respectivo cronograma físico-financeiro;
- b) orçamento detalhado em planilhas que expressem a composição de todos os seus custos unitários;
- c) previsão de recursos orçamentários que assegurem o pagamento das obrigações decorrentes de obras ou serviços a serem executados no exercício financeiro em curso, de acordo com o respectivo cronograma;
- d) comprovação no Plano Plurianual de que o produto das obras ou serviços foi contemplado em suas metas;
- e) as plantas e projetos de engenharia e arquitetura.

LOCAL e DATA:

RESPONSÁVEL: (nome, cargo, e-mail e assinatura)



ANEXO VIII

CONCORRÊNCIA 006/2021

DADOS COMPLEMENTARES PARA ASSINATURA DE INSTRUMENTO CONTRATUAL OU ATO JURÍDICO ANÁLOGO

Razão Social da empresa:

CNPJ:

Endereço:

Nome do representante legal da empresa que assinará o instrumento:

CPF: _____

RG: _____

Telefone: (____) _____

e-mail: _____

Dados bancários:

Banco: _____ Agência: _____ c/c: _____

Nome legível: _____

Assinatura: _____

R.G.: _____

C.P.F.: _____



ANEXO IX
CONCORRÊNCIA Nº 006/2021
MODELO DE DECLARAÇÃO DE ELABORAÇÃO
INDEPENDENTE DE PROPOSTA DE PREÇOS

_____ (nome do representante da licitante), portador(a) da cédula de identidade R.G. nº _____, e CPF nº _____, como representante devidamente constituído de _____ (razão social da licitante), CNPJ nº _____, para fins do disposto no item 6 do Edital, declara, sob as penas da lei, em especial o art. 299 do Código Penal Brasileiro, que:

A proposta apresentada para participar da **Concorrência nº 006/2021**, da PMM, foi elaborada de maneira independente (pela licitante), e o conteúdo da proposta não foi, no todo ou em parte, direta ou indiretamente, informado, discutido ou recebido de qualquer outro participante potencial ou de fato da licitação citada, por qualquer meio ou por qualquer pessoa;

A intenção de apresentar a proposta elaborada para participar da **Concorrência nº 006/2021**, não foi informada, discutida ou recebida de qualquer outro participante potencial ou de fato da licitação citada, por qualquer meio ou por qualquer pessoa;

Que não tentou, por qualquer meio ou por qualquer pessoa, influir na decisão de qualquer outro participante potencial ou de fato desta licitação quanto a participar ou não da referida licitação;

Que o conteúdo da proposta apresentada para participar desta Concorrência não será, no todo ou em parte, direta ou indiretamente, comunicado ou discutido com qualquer outro participante potencial ou de fato deste certame, antes da adjudicação do objeto da referida licitação;

Que o conteúdo da proposta apresentada para participar da **Concorrência nº 006/2021**, não foi, no todo ou em parte, direta ou indiretamente, informado, discutido ou recebido de qualquer integrante da **PMM**, antes da abertura oficial das propostas; e

Que está plenamente ciente do teor e da extensão desta declaração e que detém plenos poderes e informações para firmá-la.

Mauá/SP, em ____ de _____ de 2021.

representante legal da licitante, com identificação completa)



ANEXO X
MODELO DE PROCURAÇÃO

CONCORRÊNCIA nº 006/2021

Processo nº ____/____

Outorgante: Qualificação (nome, profissão, endereço completo com CEP, razão social etc.)

Outorgado; O representante devidamente qualificado

Objeto: Representar a outorgante na Concorrência 006/2021

Poderes

Apresentar documentação e propostas, participar de sessões públicas de abertura de documentos de habilitação e de propostas, assinar as respectivas atas, registrar ocorrências, formular impugnações, interpor recursos, renunciar ao direito de recurso, renunciar a recurso interposto, negociar novos preços e condições, firmar termos de compromisso e assinar todos os atos e quaisquer documentos indispensáveis ao bom e fiel cumprimento do presente mandato.

Mauá/ SP, de de 2021

Empresa

Cargo e nome



ANEXO XI

CONCORRÊNCIA nº 006/2021

PLANILHA DE AVALIAÇÃO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

1	ENVELOPE Nº 1, NÃO IDENTIFICADO (APÓCRIFO)
2	NOME DA CAMPANHA:
3	NOME DO JULGADOR:

QUESITOS	ASPECTOS AVALIADOS	PONTUAÇÃO	JUSTIFICATIVA
1. RACIOCÍNIO BÁSICO: Texto de até 4 (quatro) laudas em que a licitante explicita seu conhecimento geral sobre a da PMM	a) Das funções da PMM nos contextos sociais, político e econômico.		
	b) Da natureza, da extensão e da qualidade das relações da PMM com seus públicos.		
	c) Características da PMM e suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária.		
	d) Sobre a natureza e a extensão do objeto da licitação.		
	e) Do problema específico de comunicação a ser enfrentado pelo da PMM.		
	f) Das necessidades da comunicação da PMM.		
PONTUAÇÃO (Máximo de 15 Pontos)			OBS:

QUESITOS	ASPECTOS AVALIADOS	PONTUAÇÃO	JUSTIFICATIVA
2. ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO: Texto de até 4 (quatro) laudas em que a licitante exponha o conceito que, de acordo com seu	a) Adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza e a qualificação da PMM e a seu problema específico de comunicação.		
	b) Consistência lógica e pertinência da argumentação apresentada em defesa do tema e conceito proposto.		

PREFEITURA DO MUNICÍPIO DE MAUÁ
 GABINETE DO PREFEITO
 COORDENADORIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL



raciocínio básico, fundamentará a comunicação da PMM.	c) Riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação da PMM com seus públicos.		
	d) Adequação e a exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do problema específico de comunicação da PMM.		
	e) Consistência lógica e pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta.		
	f) A capacidade de articular os conhecimentos sobre a PMM, o mercado no qual se insere, seu problema específico de comunicação, seus públicos, os resultados e metas por ele desejadas e a verba disponível.		
PONTUAÇÃO (Máximo de 25 Pontos)			OBS:

QUESITOS	ASPECTOS AVALIADOS	PONTUAÇÃO	JUSTIFICATIVA
3. IDEIA CRIATIVA: Síntese da estratégia de comunicação, expressa sob forma de redução de mensagem.	a) Adequação ao problema específico de comunicação da PMM.		
	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 PMM 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 material.		
	j) A compatibilidade da linguagem utilizada nas peças e/ou material aos meios e aos públicos propostos.		
PONTUAÇÃO (Máximo de 25 Pontos)			OBS:

QUESITOS	ASPECTOS AVALIADOS	AVALIAÇÃO	JUSTIFICATIVA
4. ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA: Texto de até 06 (seis) laudas em que a Licitante demonstre capacidade para atingir e sensibilizar os segmentos de público definidos no briefing.	a) Conhecimento dos hábitos de consumo dos segmentos de público prioritários.		
	b) Capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos.		
	c) Consistência do plano simulado de distribuição das peças e/ou material em relação às duas alíneas anteriores.		
	d) Pertinência, oportunidade e a economicidade demonstradas uso dos recursos próprios de comunicação da PMM.		
	e) Economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição de peças e/ou material.		
	f) Otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa.		
PONTUAÇÃO (Máximo de 15 Pontos)			OBS:

PREFEITURA DO MUNICÍPIO DE MAUÁ
 GABINETE DO PREFEITO
 COORDENADORIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL



NOTA FINAL DO ENVELOPE Nº 1		OBS:
NOME DO JULGADOR:		OBS:

1	ENVELOPE Nº 3, IDENTIFICADO
2	EMPRESA:
3	NOME DO JULGADOR:

QUESITO	ASPECTOS AVALIADOS	PONTUAÇÃO	JUSTIFICATIVA
1. CAPACIDADE DE ATENDIMENTO: Avaliação da qualificação e quantificação dos profissionais disponibilizados para execução do contrato; infraestrutura e recursos	a) A relação dos principais clientes da licitante e o conceito de seus produtos e serviços no mercado.		
	b) A experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias correlatas ao objeto licitado.		
	c) A adequação das qualificações e das quantificações desses profissionais à estratégia de comunicação publicitária da PMM.		
	d) A adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que a licitante colocará a disposição da execução do contrato, em caráter prioritário.		
	e) A operacionalidade do relacionamento entre a PMM e a licitante, esquematizado na proposta.		
	f) A relevância e a utilidade das informações de marketing e de comunicação e das pesquisas de audiência que a licitante colocará regularmente a disposição da PMM, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato.		
PONTUAÇÃO (Máximo de 08 Pontos)			OBS:

ASPECTOS AVALIADOS	AVALIAÇÃO	JUSTIFICATIVA
--------------------	-----------	---------------

PREFEITURA DO MUNICÍPIO DE MAUÁ
 GABINETE DO PREFEITO
 COORDENADORIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL



QUESITO			
2. REPERTÓRIO: Apresentação de peças com relato do problema.	a) Ideia criativa e sua pertinência ao problema a ser resolvido.		
	b) Qualidade da execução e do acabamento da peça e/ou material.		
	c) Clareza da exposição das informações prestadas.		
PONTUAÇÃO (Máximo de 06 Pontos)			OBS:

QUESITO	ASPECTOS AVALIADOS	AVALIAÇÃO	JUSTIFICATIVA
3. RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS: “Cases histories” formalmente referendados pelos respectivos anunciantes	a) Evidência de planejamento publicitário.		
	b) Consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução.		
	c) Relevância dos resultados apresentados.		
	d) Concatenação lógica da exposição.		
PONTUAÇÃO (Máximo de 06 Pontos)			OBS:
NOTA FINAL DO ENVELOPE Nº 3			OBS:
NOME DO JULGADOR:			OBS:

ANEXO XII
QUADRO DE CRITÉRIOS DE AVALIAÇÃO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

CRITÉRIO	ASPECTOS AVALIADOS	PONTOS
<p>RACIOCÍNIO BÁSICO: Texto de até 4 (quatro) laudas em que a licitante explicita seu conhecimento geral sobre a PMM.</p>	<p>a) Das funções da PMM nos contextos sociais, político e econômico.</p> <p>b) Da natureza, da extensão e da qualidade das relações da PMM com seus públicos.</p> <p>c) Características da PMM e suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária.</p> <p>d) Sobre a natureza e a extensão do objeto da licitação.</p> <p>e) Do problema específico de comunicação a ser enfrentado pela da PMM.</p> <p>f) Das necessidades da comunicação da PMM.</p>	15
<p>ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO: Texto de até 4 (quatro) laudas em que a licitante exponha o conceito que, de acordo com seu raciocínio básico, fundamentará a comunicação da PMM.</p>	<p>a) Adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza e a qualificação da PMM e a seu problema específico de comunicação.</p> <p>b) Consistência lógica e pertinência da argumentação apresentada em defesa do tema e conceito proposto.</p> <p>c) Riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação da PMM com seus públicos.</p> <p>d) Adequação e a exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do problema específico de comunicação da PMM.</p> <p>e) Consistência lógica e pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta.</p> <p>f) A capacidade de articular os conhecimentos sobre a PMM, o mercado no qual se insere, seu problema específico de comunicação, seus públicos, os resultados e metas por ele desejadas e a verba disponível.</p>	25
<p>IDEIA CRIATIVA: Síntese da estratégia de comunicação, expressa sob forma de redução de mensagem.</p>	<p>a) Adequação ao problema específico de comunicação a da PMM. b) Sua adequação à estratégia de comunicação publicitária sugerida pela licitante.</p> <p>c) Sua adequação ao universo cultural dos segmentos de público-alvo.</p> <p>d) A multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta.</p> <p>e) A originalidade da combinação dos elementos que a constituem.</p> <p>f) A simplicidade da forma sob a qual se apresenta.</p> <p>g) Sua pertinência às atividades da PMM e à sua inserção nos contextos social, político e econômico.</p> <p>h) Os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças e/ou material apresentados.</p> <p>i) A exequibilidade das peças e/ou material.</p> <p>j) A compatibilidade da linguagem utilizada nas peças e/ou material aos</p>	25

PREFEITURA DO MUNICÍPIO DE MAUÁ
GABINETE DO PREFEITO
COORDENADORIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL



	meios e aos públicos propostos.	
<p>ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA:</p> <p>Texto em que a Licitante demonstre capacidade para atingir e sensibilizar os segmentos de público definidos no briefing.</p>	a) Conhecimento dos hábitos de consumo dos segmentos de público prioritários.	15
	b) Capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos.	
	c) Consistência do plano simulado de distribuição das peças e/ou material em relação às duas alíneas anteriores.	
	d) Pertinência, oportunidade e a economicidade demonstradas uso dos recursos próprios de comunicação da PMM.	
	e) Economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição de peças e/ou material.	
	f) Otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa.	
<p>CAPACIDADE DE ATENDIMENTO:</p> <p>Avaliação da qualificação e quantificação dos profissionais disponibilizados para execução do contrato; infraestrutura e recursos</p>	a) A relação dos clientes atuais da licitante e o conceito de seus produtos e serviços no mercado.	8
	b) A experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias correlatas ao objeto licitado.	
	c) A adequação das qualificações e das quantificações desses profissionais à estratégia de comunicação publicitária da PMM.	
	d) A adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que a licitante colocará a disposição da execução do contrato, em caráter prioritário.	
	e) A operacionalidade do relacionamento entre da PMM e a licitante, esquematizado na proposta.	
	f) A relevância e a utilidade das informações de marketing e de comunicação e das pesquisas de audiência que a licitante colocará regularmente a disposição da PMM, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato.	
<p>REPERTÓRIO:</p> <p>Apresentação de peças com relato do problema.</p>	a) Ideia criativa e sua pertinência ao problema a ser resolvido.	6
	b) Qualidade da execução e do acabamento da peça e/ou material.	
	c) Clareza da exposição das informações prestadas.	
<p>RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS:</p> <p>“Cases histories” formalmente referendados pelos respectivos anunciantes</p>	a) Evidência de planejamento publicitário.	6
	b) Consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução.	
	c) Relevância dos resultados apresentados.	
	d) Concatenação lógica da exposição.	