CONCORRÊNCIA PÚBLICA N°. 001/2020

PROCESSO DE COMPRAS N°: 21066/18
DATA DE RECEBIMENTO E ABERTURA DOS ENVELOPES: 20/08/2020
HORÁRIO: 09:00 horas.

O Município de Mauá, através da Chefia de Gabinete do Prefeito, 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 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 envelopes nº 1 – PROPOSTA TÉCNICA – VIA NÃO IDENTIFICADA, nº 2 – PROPOSTA TÉCNICA – VIA IDENTIFICADA, n.º 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 às 09:00 horas do dia 26/03/2020, na Av. João Ramalho, nº 205, 1º andar, Vila Noêmia, Mauá, SP.

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 email: cpl@maua.sp.gov.br , sob pena de não receber os comunicados, esclarecimentos, entre outros. 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 09:00 às 17:00 horas. Maiores informações (11) 4512-7822.

As informações administrativas relativas à presente concorrência poderão ser obtidas junto ao Departamento de Compras, no endereço indicado no preâmbulo do presente, das 09h00 às 17h00 horas, até o último dia útil imediatamente anterior àquele marcado para a abertura do certame;

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 DOM, ou através de Ofício/E-mail que fica fazendo parte integrante do Edital.

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.

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 de Licitação, quando do início dos trabalhos de abertura do certame.

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

Caso o representante não esteja devidamente credenciado, participará da sessão pública como simples assistente, não podendo se manifestar sobre os trabalhos.
Integram o presente Edital os Anexos abaixo relacionados, e havendo dúvidas, prevalecem as disposições editalícias sobre as contratuais:

ANEXO I	**- Memorial descritivo e Briefing;**
ANEXO II	**- Modelo de Proposta de Preços e Execução de Serviço;**
ANEXO III	**- Modelo de Carta de Credenciamento;**
ANEXO IV	**- Declaração – Trabalho de Menor;**
ANEXO V	**- Modelo de declaração de que trata o art. 87, incisos III e IV, da Lei de Licitações**
ANEXO VI	**- Minuta do Termo de Contrato;**
ANEXO VII	**- Termo de Ciência e Notificação.**
ANEXO VIII	**- Dados complementares para assinatura de instrumentos**
ANEXO IX	**- Modelo e declaração de elaboração de proposta independente**
ANEXO X	**- Modelo de Procuração**
ANEXO XI	**- Planilha de avaliação das Propostas Técnicas**
ANEXO XII	**- Quadro de Critérios de Avaliação das Propostas Técnicas**

1. - DO OBJETO

1.1. Constitui objeto desta CONCORRÊNCIA a **contratação de Agência de Publicidade para prestação de serviços técnicos de publicidade para a Prefeitura do Município de Mauá**

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

1.2.1. Pesquisas de pré-teste e pós-teste vinculadas à concepção e criação de campanhas, peças e materiais publicitários;

1.2.2. Elaboração de marcas, de expressões de propaganda, de logotipos e de elementos de comunicação visual;

1.2.3. Execução de projetos audiovisuais, projetos multimídia e demais ferramentas de comunicação e marketing; supervisão de serviços terceirizados referentes ao objeto da licitação;

1.2.4. Prestação de serviços, documentação em vídeo ou fotos das atividades do município, distribuição de material, propaganda rotativa, aferição de conteúdo das matérias veiculadas nos meios de comunicação (rádio e TV).

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 previstos no item 1.1 e para 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$ 3.500.000,00 (três milhões e quinhentos mil reais), onerando dotações orçamentárias a serem consignadas. No exercício de 2020, entretanto, por se tratar de ano eleitoral, a despesa será correspondente a R$ 900.000,00 (Novecentos Mil Reais) ao longo do primeiro semestre.

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 Que se encontre em processo de recuperação judicial, concurso de credores, dissolução ou liquidação, ou cuja falência tenha sido decretada;

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

d Reunidas em consórcio.

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

4.2. 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.

4.3. 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**.

4.4. 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.

4.5. 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.

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

4.7. 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.

4.8. Nesse caso, o portador deverá efetuar a entrega dos envelopes diretamente à Comissão de Licitações, na data, hora e local indicados no preâmbulo deste Edital.

4.9. Visando o exercício da preferência prevista na Lei Complementar nº 123/06, alterada pela Lei Complementar nº 147/14, deverão apresentar, além do credenciamento, Declaração de Microempresa e/ou Empresa de Pequeno Porte, devendo apresentá-la FORA dos envelopes.

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 pecas 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 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, inclusive por meio fotográfico, os elementos de identificação que levaram a decisão, que constara 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, 1º 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°001/2020, 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.º 001/2020, 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 Nº 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° 001/2020, 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 Nº 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 Nº 05 - DOCUMENTAÇÃO DE HABILITAÇÃO - CONCORRÊNCIA N° 001/2020, PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS TÉCNICOS DE PUBLICIDADE PARA PROJETOS E CAMPANHAS DA PMM**.

6. ENVELOPES Nº 01, 02 e 03 – "PROPOSTA TÉCNICA"

6.1. **ENVELOPE** Nº 01 - PROPOSTA TÉCNICA: deverá conter o Plano de Comunicação Publicitária, sem a identificação da Licitante, com os respectivos anexos, consistentes nos exemplos de peças, sob a forma de roteiro, *layouts* e *story-board* impressos, para qualquer peça e de monstro para rádio e Internet, em caderno único, 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 apresentara 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, com no máximo 02 (duas) laudas, 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.

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, ao seu roteiro 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, podem ser sob a forma leiaute, CD ou DVD, com as seguintes características:

a. Os Filmes de TV e cinema serão apresentados sob forma *story-board* impresso, não podendo ser sob a forma de *story-board* animado ou *animatic*;

b. Os spots e jingles de radio serão apresentados sob forma de protótipo ou monstro, com duração do indicado na especificação da peça;

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

d. Os anúncios de internet em CD ou 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;

e. Existindo peças e ou material de não mídia, somente estas podem ser apresentados em exemplos formalizados, prontos para distribuição;

f. As peças apresentadas em CD ou DVD devem ser compatíveis para serem vistos e ou ouvidos por meio de computadores, sendo o CD com capacidade de 700 Mb, sem identificação, de qualquer marca, acondicionado em envelope de papel branco específico para CD cujas dimensões são 12,5 x 12,5 cm. O envelope deverá ser colado em folha de papel sulfite especificada no Edital, centralizado entre as margens superior e inferior, esquerda e direita. A aba de abertura do envelope deverá ser posicionada na direção da margem superior da folha. Deverá ser destacado no título da página a qual o monstro se refere o CD, se de rádio ou internet;

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 que podem ser fisicamente apresentadas, 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 hotsite e o total de três 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 *hotsite* 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, afixadas no caderno, não sendo necessário seguir normas de espaçamento, diagramação, fonte e corpo, observado a limitação da espessura/medida do caderno único;

i. Peças em leiaute que não se ajustam as dimensões do envelope n° 01 podem ser apresentadas dobrados, observado a limitação de espessura/medida do caderno único.

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, limitado a um total de 06 (seis) 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 cm 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 agenda 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 de R$1.000.000,00 (um milhão de 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 subquesito 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 formate 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.

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 e 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 a 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 estão limitados ao número de 06 (seis) páginas, assim como suas tabelas, gráficos e planilhas terão limitação condizente ao número de 12 (doze) páginas, 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 n° 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 10 (dez) 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 <u>ENVELOPE N° 02 - PROPOSTA TÉCNICA</u> - 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 <u>ENVELOPE N° 03</u> deverá conter o CONJUNTO DE INFORMAÇÕES – Capacidade de Atendimento, Repertório e Relato de Soluções relativas a cada Licitante, conforme segue:

6.3.1. Capacidade <u>de atendimento</u>: 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 radio 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 n" 2, sob pena de desclassificação do Licitante nos termos do art. 48, I 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 constara 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.

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 n° 02, sob pena de desclassificação do Licitante nos termos do art. 48,1 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 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 2004.

6.3.3.3. Os documentos e informações e o caderno especifico mencionados no subitem precedente 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 n° 2, sob pena de desclassificação do Licitante nos termos do art. 48,1 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 constara na Ata da sessão.

6.3.3.4. Se a Licitante apresentar apenas 01 (um) relato, sua pontuação máxima, neste quesito, será equivalente a 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 especifico previsto no subitem 6.3.3 em papel A4 ou A3 dobrado, 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.

6.4. 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 constante 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 agencia, 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 02 (dois) 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, clausulas 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 assistira 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 1 - 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. **Idoneidade 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:

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

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$ 350.000,00 (trezentose cinquenta mil reais), devidamente registrado na Junta Comercial e/ou constante do Balanço Anual, devidamente registrado. forma da lei, admitida à atualização para esta data através 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.

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:**

6.5.5.1.1. Declaração da Licitante de que possui condições de apresentar, no momento oportuno, caso seja vencedora, certificado de qualificação técnica de funcionamento nos termos do art. 4º da Lei Federal nº 12.323/2010.

6.5.6. **Documentação Complementar:**

6.5.6.1. Declaração da Licitante, sob as penas da 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 art. 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 subscrita 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. **Capacidade Técnica:**

6.5.7.1. 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.

6.5.8. 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.

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

6.5.10. 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 1°, da Lei Federal 8.666/93, sendo que a avaliação das propostas técnicas será feita por membros da Subcomissão Técnica, nos termos da Lei n° 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 soma das notas atribuídas aos quesitos do Plano de Comunicação Publicitaria do Envelope n° 01 - máximo de 80 (oitenta) pontos, e das notas atribuídas aos quesitos do Conjunto de Informações - Envelope n° 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:

7.4.1.1.1. Conhecimento das características gerais da PMM e dos problemas enfrentados nas áreas de educação, saúde, mobilidade e modernidade.

7.4.1.1.2. Conhecimento dos serviços desenvolvidos pela PMM, através dos temas de educação, saúde, mobilidade e modernidade.

7.4.1.1.3. Adequada compreensão das ações de comunicação publicitária desta licitação.

7.4.1.1.4. Acuidade de compreensão dos objetivos, geral e específicos, da comunicação a serem alcançados em relação ao desafio de comunicação.

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 publicitaria 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 publicitarias e a adequação das qualificações e das quantificações desses profissionais a estratégia de comunicação publicitaria 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 a 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 2.3 a 2.5 supra.

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 Sub-comissão Técnica.

7.6.4. Além do previsto no item 2.6.2., 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 n° 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 titulo 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
0 – 5%	100
6%	97
7%	94
8%	91
9%	88
10%	85
11%	80
12%	70
13%	60
14%	40
15%	20

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

Desconto	Pontos
51% ou mais	100
50%	99
49%	98
48%	97
47%	96
46%	95
45%	94
44%	90
43%	85
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.

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

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 devera ser multiplicada por 3 (três). O resultado desta equação será dividido por 10, conforme a seguinte formula: PR = (PT x 7) + (NP x 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 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, nos termos do art. 16 da Lei 13.278/03 com a redação dada pela Lei 14.145/06.

10.2. Comissão 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, ante a assinatura do Contrato, excluir qualquer o Licitante ou o adjudicatário, por despacho motivado, se, após a fase de habilitação, 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 ate 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, conforme Portaria 11.319/2019, de 08 de Novembro de 2.019, 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 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 3 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.

11.2.4.1. A Comissão de Licitações e a Subcomissão Técnica, conforme o caso, poderão, no interesse da PMM, solicitar esclarecimentos complementares a qualquer proponente, que serão formulados por escrito e deverão ser respondidos na mesma forma, sendo concedido prazo para tal providência.

11.2.5. A Comissão 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. Conferir o recibo de depósito de garantia de participação no valor de R$ 35.000,00 (trinta e cinco mil reais), referente a 1% (um por cento) do valor estimado da licitação, conforme disposto no item 13 deste Edital;

11.2.6.3. Receber os **ENVELOPES nº 1, nº 2, nº 3, nº 4 das empresas que tiverem apresentado garantia de participação**;

11.2.6.4. 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;

11.2.6.5. 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 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 ao seguinte procedimento:

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 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 casa caso.

11.2.11. A segunda 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 terceira 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 quarta 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 na **MP (Média Ponderada) = [NT (nota técnica)7 + NP (nota de preço)3]/2**, 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 técnico-publicitários.

11.2.18. À vista do relatório da Comissão 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 9h às 17h, 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 irresignação do concorrente. Na hipótese de manutenção da decisão, a omissão encaminhará o recurso à autoridade superior, devidamente informado, 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 GARANTIA PARA PARTICIPAÇÃO DA LICITAÇÃO

13.1. Cópia autenticada do recibo de depósito de **R$ 35.000,00 correspondente** a **1% (hum_por cento) do valor total estimado da contratação**, a título de garantia para participação na presente licitação, abrangendo o período de validade da proposta;

13.2. O depósito da garantia deverá ser efetuado na Divisão de Controle Financeiro, localizada na Av. João Ramalho, 205 – Mezanino – Paço Municipal, Centro – Mauá-SP, horário comercial, em qualquer das modalidades previstas no artigo 56, parágrafo 1°, da Lei de Licitações;

13.3. O original do recibo deverá ser apresentado na ocasião da solicitação de devolução da respectiva garantia;

13.4. A garantia provisória será liberada pela Tesouraria Municipal, mediante solicitação do interessado, nos seguintes casos:

a. Aos participantes inabilitados, após o decurso de prazo para recursos ou sua desistência expressa;

b. Aos desclassificados;

c. Aos classificados, após a adjudicação pelo Secretário.

14.DA CONTRATAÇÃO E DA VIGÊNCIA DO CONTRATO

14.1. 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 XV adiante e assinar o Contrato, conforme modelo deste Edital, podendo este prazo ser prorrogado por igual período, a critério da Prefeitura de Mauá.

14.2. 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.

14.3. 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.

14.4. 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.

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

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

15.1. **T**odo serviço a ser prestado pela contratada deverá ser precedido da apresentação do competente projeto de apropriação de custos, o qual, aprovado pela Secretaria 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.

15.2. 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:

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

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

15.2.3. 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.

15.2.4. 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.

15.2.5. 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 _____%.

15.2.6. 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.

15.2.7. 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 Secretaria 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 Secretaria de Comunicação Social.

15.2.8. 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.

15.2.8.1. 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.

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

15.2.10. 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.

15.3. 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.

15.5. 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.

15.6. 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.

16.DAS PENALIDADES

16.1. 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 posteriores, sendo que, com referência às multas serão aplicadas as que seguem:

16.1.1. 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.

16.1.2. 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.

16.1.3. Na hipótese da inexecução, total ou parcial, do Contrato, as multas serão, respectivamente de 10% (dez por cento) e 5% (cinco por cento), mantido o seu caráter não compensatório e incidindo sobre o valor contratual, ou sobre o valor da parcela não executada, conforme o caso.

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

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

16.4. 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.

16.5. **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.

17.DA RESCISÃO CONTRATUAL

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

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

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

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

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

17.1.5. A rescisão contratual será sempre motivada.

17.1.6. 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.

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

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

18.DA PRESTAÇÃO DA GARANTIA CONTRATUAL

18.1. 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 (art. 56 da Lei Federal nº 8.666/93).

19.DAS DISPOSIÇÕES GERAIS

19.1. 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.

19.2. 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.

19.3. 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.

19.4. 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.

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

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

19.7. 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.

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

19.9. Os servidores que integram a Comissão Permanente de Licitações, foi constituída pela Portaria nº 10.439/13.

20.Fazem parte integrante deste Edital:

20.1. **Anexo I –** Termo de Referencia e Briefing;

20.2. **Anexo II –** Modelo de Proposta de Preços;

20.3. **Anexo III –** Modelo de Carta de Credenciamento;

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

20.5. **Anexo V** - Modelo de declaração de que trata o art. 87, incisos III e IV, da Lei de Licitações

20.6. **Anexo VI –** Minuta de Contrato;

20.7. **Anexo VII –** Termo de Ciência e de Notificação do Tribunal de Contas do Estado de São Paulo;

20.8. **Anexo VIII –** Dados complementares para assinatura de instrumento contratual ou ato jurídico análogo;

20.9. **Anexo IX –** Modelo e Declaração de Elaboração Independente de Proposta de Preços;

20.10. **Anexo X –** Modelo de Procuração

20.11. **ANEXO XI -** Planilha de Avaliação das Propostas Técnicas;

20.12. **Anexo XII –** Quadro de Critérios de Avaliação das Propostas Técnicas;

21. Fica eleito o Foro da Comarca de Mauá, com renúncia de qualquer outro, por mais privilegiado que seja, para julgar pendências oriundas da presente licitação.

Mauá 03 de Julho de 2020

José Viana Leite
Chefe de Gabinete do Prefeito

ANEXO I

TERMO DE REFERÊNCIA

DO OBJETO

1. A presente licitação tem por objetivo a **contratação de agência de publicidade, pelo período de 12 (doze) meses, prorrogáveis nos termos da Lei, por processo licitatório – Concorrência – tipo Técnica e Preço, para a prestação de serviços técnicos de publicidade para a Prefeitura do Município de Mauá;**

2. Considera-se serviços de publicidade o conjunto de atividades realizadas integralmente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos de demais meios de divulgação, com objetivo de promover a venda de bens e serviços de qualquer natureza, difundir ideias ou informar o público em geral para o Município de Mauá.

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

> § 1º Nas contratações de serviços de publicidade, poderão ser incluídos como atividades complementares os serviços especializados pertinentes:
> I – Ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e as ações publicitárias sobre os resultados das campanhas realizadas, respeitando o dispositivo no art. 3º deste edital;
> II – à produção e à execução técnica das peças e projetos publicitários criados;
> III – à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitárias em consonância com as novas tecnologias, visando a expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias.

4. É vedada a prestação de serviços não previstos nesta cláusula, em especial as atividades de promoção, de patrocínio, de assessoria de comunicação, imprensa e relações públicas e a realização de eventos festivos de qualquer natureza.

5. As pesquisas e outros instrumentos de avaliação previstos na alínea I do item 1.2.1 desta cláusula deverão atingir os fins propostos como seguem:

    5. Gerar conhecimento sobre a PMM, o público-alvo e os veículos de divulgação nos quais serão difundidas as campanhas ou peças;

    6. Aferir o desenvolvimento estratégico, a criação e a divulgação de mensagens;

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

6. Para a prestação dos serviços será Contratada uma agência de propaganda, doravante denominada “Licitante”, “Agência” ou “Contratada”

7. A Agência não poderá subcontratar outra agência de propaganda para execução de serviços previstos no subitem 1.2 e 1.2.1 do Edital.

8. A Agência atuará por ordem e conta da PMM, na contratação de: fornecedores de serviços especializados para a produção e a execução técnica das peças, campanhas e materiais pre-

vistos no item 1.2 e para a execução os serviços conexos e complementares, citados no subitem 1.2.1;

BRIEFING

I – Objetivo

Este briefing tem a finalidade de orientar o trabalho da licitante para a elaboração da proposta técnica.

II – O cliente

A cidade de Mauá, representada pela Prefeitura de Mauá.
No âmbito desse briefing, a Prefeitura é representada pela Coordenadoria de Comunicação Social.

Características do Cliente

Introdução

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
- 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

- 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-açucar 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 – Jundiai, 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

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 18ºC, podendo ultrapassar os 30ºC no verão. No inverno a média é de 9 a 14 ºC.

Relevo:

A paisagem mauaense é 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 Tamanduateí, 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 a carência de áreas planas.

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 – Publicidade legal;
6 – 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 os campos da saúde pública do município sejam eficazes e contínuos, uma vez que é necessário estimular todos os envolvidos a criar mecanismos de informação, conscientização, estratégias de engajamento e de combate a epidemias. Além de reforçar e melhorar os protocolos de Saúde para atendimento seguro e humanizado. É preciso também conscientizar a população de que seu papel é fundamental para manutenção desses mecanismos, com a propagação de informações corretas e a valorização do trabalho realizado pelas equipes de Saúde, entre outros.

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.

VI – Contexto

Mauá possui grande parte de sua população em áreas de vulnerabilidade e dependente da rede municipal de Saúde. Hoje, fazem parte da rede os serviços de atenção básica, especializada, urgência e emergência, vigilância, apoio e o Hospital de Clínicas Dr. Radamés Nardini. Juntos, esses serviços garantem o atendimento de aproximadamente 70 % de usuários do Sistema Único de Saúde (SUS), ou seja, há uma alta demanda de atendimento.

As Unidades Básicas de Saúde (UBSs) integram a Atenção Básica, setor responsável por oferecer um conjunto de ações individuais e coletivas voltadas para a promoção da saúde, a prevenção de agravos, o diagnóstico, o tratamento e a reabilitação do usuário. Com atendimento ambulatorial, as UBSs possibilitam a criação de vínculos entre a equipe e os usuários, oferecendo continuidade do cuidado, que comprovadamente implica numa maior capacidade de resolutividade aos problemas de saúde.

UNIDADES DE SAÚDE DO MUNICÍPIO DE MAUÁ
CAPS Adulto
CAPS Álcool e Drogas
CAPS Infantil
CEMMA – Centro de Especialidades Médicas de Mauá
Centro de Referência em Saúde da Mulher, Criança e Adolescente
Centro Integrado da Pessoa com Deficiência – CERIV
CEO – Centro de Especialidades Odontológicas
CRS – Centro de Referência em Saúde
Farmácia Popular Centro
Hospital de Clínicas Dr. Radamés Nardini
NAVIS (Núcleo de Atenção à Violência Sexual)
Serviço de Atendimento Móvel de Urgência (SAMU)
UBS Capuava
UBS Feital
UBS Florida
UBS Guapituba
UBS Itapark
UBS Jd. Kennedy
UBS Jd. Mauá
UBS Macuco
UBS Oratório
UBS Paranavaí
UBS Parque da Américas
UBS Parque São Vicente
UBS Primavera
UBS Santa Lídia
UBS Santista
UBS São João
UBS Sonia Maria

UBS Vila Assis
UBS Vila Carlina
UBS Vila Magini
UBS Zaíra I
UBS Zaíra II
UBS Zaíra III
UPA Barão de Mauá
UPA Magini
UPA Vila Assis
UPA Zaíra

Foram somados cerca de 84 mil atendimentos ambulatoriais na rede de atenção básica de Saúde nos quatro primeiros meses de 2019, sendo que todos os procedimentos realizados (consultas, visitas e alguns exames) giraram em torno de 198 mil. O atendimento odontológico somou cerca de 56 mil procedimentos realizados no mesmo período.

O Núcleo Ampliado da Saúde da Família (NASF) é outro importante instrumento de acolhimento, tratamento e conscientização da população. A estratégia prioriza as ações de prevenção, promoção e recuperação da saúde dos moradores do entorno das UBSs. O atendimento é realizado pela equipe de Saúde e de agentes comunitários nas unidades e também nas residências, por isso o vínculo entre equipe e paciente é consolidado. Em 2019 a média de atendimento de janeiro a março era de 30 mil, passando para quase 35 mil em maio, um ganho de mais de 15 %. O NASF também foi ampliado com a inclusão de assistentes sociais e fisioterapeutas nas UBSs.

Diante do exposto, entende-se a importância da Atenção Básica na rede de Saúde não apenas pelo atendimento médico e ambulatorial, mas também pela relação entre paciente e equipe de Saúde em relação a orientação no quadro preventivo de doenças, principalmente de endemias. No primeiro quadrimestre de 2019, cerca de 99.500 visitas domiciliares foram realizadas.

A necessidade de envolvimento da população em ações preventivas de Saúde fez com que o município integrasse mais de uma secretaria em campanhas de conscientização no entorno das UBSs, levando informações e orientações até as casas. O objetivo é usar relacionamento firmado entre a equipe de atendimento básico e os moradores como ferramenta para ampliar o alcance da rede de Saúde. Em junho, por exemplo, foi realizado o Mutirão “Mauá contra a dengue, chikungunya e zika vírus” que alcançou mais de 7 mil residências com dicas para evitar a proliferação do mosquito *Aedes aegypti*. Agora, em julho, a campanha de conscientização sobre as hepatites virais levará palestras de prevenção sobre as tipologias A, B e C da doença.

Outro ponto que interfere diretamente na qualidade de vida e saúde dos munícipes é o saneamento básico. Mauá é considerado hoje o quinto melhor município no ranking ABES de Saneamento, com 74 % de tratamento de esgoto, o melhor índice da Região Metropolitana de São Paulo.

Composição da rede de Saúde e atendimento de urgência

De acordo com dados do IBGE, o município possui 30 equipamentos de Saúde, incluindo um Hospital Municipal considerado de retaguarda. O Hospital de Clínicas Dr. Radamés Nardini serve como hospital central para a microrregião de Mauá, Ribeirão Pires e Rio Grande da Serra para internação de baixa e alta complexidade com Unidade de Terapia Intensiva (UTI).

Ainda sobre o atendimento de urgência, a cidade conta com quatro Unidades de Pronto Atendimento (UPAs) Vila Assis, Vila Magini, Zaíra e São João com médicos pediatras e clínicos generalistas. Foram 184 mil atendimentos no primeiro quadrimestre de 2019.

Os casos urgentes são atendidos nas UPAs e, posteriormente, são encaminhadas ao Hospital Nardini, caso haja necessidade de um tratamento em longo prazo. As quatro unidades somaram

2.273 pedidos de transferência para o Hospital Dr. Radamés Nardini nos quatro primeiros meses de 2019. O Serviço de Atendimento Móvel de Urgência (SAMU) é outro importante pilar do atendimento de urgência, porém ainda sofre com alto número de trotes. Portanto, faz-se necessária a criação de mecanismos para evitar registros de telefonemas falsos que, infelizmente, atrapalham o atendimento. Atualmente, a Secretaria de Saúde tem o registro de cerca de 600 trotes recebidos por mês, ou seja, 12 % do total das ligações (5 mil mensais).

Atendimento de especialidades

A rede municipal de Saúde em Mauá oferece as seguintes especialidades: neurologia, cardiologia, pneumologia, hematologia, urologia, dermatologia, gastroenterologia, cirurgia vascular, oftalmologia, ortopedia, alergista, nutrologista, endocrinologista, ginecologista e otorrinolaringologia disponíveis no Centro de Especialidades Médicas de Mauá (CEMMA) e no Centro de Referência em Saúde da Mulher, Criança e Adolescente (CRSMCA).

No primeiro quadrimestre de 2019, o CEMMA registrou 11.612 atendimentos. A estratégia de Comunicação faz-se necessária para mostrar ao usuário todas as especialidades que a rede pública oferece.

Também é necessária maior conscientização em relação à ausência nas consultas. No primeiro quadrimestre desse ano, 4.616 pessoas que marcaram e não compareceram ao compromisso no CEMMA, sendo que essa falta tirou a vaga de um outro paciente. Ao todo, foram 16.228 agendamentos, mas apenas 11.612 comparecimentos.

No Centro de Especialidades Odontológicas (CEO), foram 6.428 atendimentos divididos nas especialidades: clínico geral, endodontista, periodontista, protesista, traumatologista buco e cirurgião dentista.

Saúde da mulher

As mulheres são maioria da população em Mauá - cerca de 51 % do número total de habitantes. Diante disso a municipalidade possui programas de Saúde específicos para prevenção e tratamento de doenças ginecológicas.

Protocolos de Saúde recomendam que a mulher deve visitar o ginecologista a cada seis meses, mas apenar 20 % delas possuem essa prática. É necessário conscientizar o público feminino da importância de fazer acompanhamento periódico com o médico para prevenção das doenças ginecológicas.

A Sociedade Brasileira de Mastologia divulgou um estudo sueco, no qual mostra que as mulheres com câncer de mama que faziam a mamografia periodicamente apresentaram redução de 60 % na taxa de mortalidade – dez anos após o diagnóstico – em comparação àquelas sem esse costume.

Em Mauá, as Unidades Básicas de Saúde (UBSs) oferecem em suas unidades o atendimento com ginecologista, facilitando o acesso das munícipes ao tratamento. Também temos o Centro de Referência da Saúde da Mulher, onde é possível fazer exames como papa nicolau e mamografia.

Nos quatro primeiros meses de 2019, foram realizados 4.187 exames de papa nicolau e 2.164 ultrassonografias ginecológicas na rede municipal de Saúde.

Também é realizada parcerias com o Governo do Estado para trazer a Carreta de Mamografia, que consegue realizar milhares de atendimentos no período em que fica na cidade, reduzindo a demanda reprimida.

A Saúde da mulher engloba também as gestantes. Na cidade, houve registro de queda nas taxas de natalidade – em 2000, a taxa de natalidade foi de 21,6 por mil habitantes e, em 2015, de 13,3 por mil habitantes. A maior concentração de mães é com idade de 20 a 34 anos, ou seja, um público que se informa principalmente pelas redes sociais, por isso, as ações de publicidade digital se fazem necessárias.

O acesso ao pré-natal em Mauá tem funcionado de maneira satisfatória, mas é necessária ampliação na campanha de conscientização relacionada aos benefícios do pré-natal para uma gravidez saudável para mãe e bebê. A portaria nº 570, de 1º de junho de 2000, do Ministério da Saúde, estabelece que devem ser realizadas, no mínimo seis consultas de acompanhamento pré-natal. No município, 81 % das gestantes realizam sete ou mais consultas no período da gestação e 15 % realizam de quatro a seis consultas de pré-natal.

Atendimento gestacional passa pelo nascimento da criança e nesse ponto nos deparamos num tema que vem sendo bastante discutido nos últimos anos: parto humanizado.

O principal ponto acerca da humanização no parto é tornar a mulher e o bebê protagonistas do processo. A mãe deve ter liberdade na hora de escolher as condutas que ela julga serem mais adequadas para seu parto, por exemplo, movimentação e posição mais confortáveis durante o trabalho de parto e o parto.

A Organização Mundial de Saúde publicou diversas recomendações acerca de práticas consideradas violentas no momento do parto, mas que, infelizmente, ainda são comuns no Brasil. O exemplo mais comum é a episiotomia (corte cirúrgico no períneo).

Diante do quadro, o Ministério da Saúde tem incentivado o parto normal. O Governo Federal tem trabalhado na implantação de Centros de Parto Normal para oferecer, na rede pública atenção mais humanizada no parto e no nascimento – essa unidade pode ser instalada dentro dos hospitais ou em casas de parto específicas.

Também foi determinada a criação de ações com objetivo de diminuir o número de cesáreas realizadas pelo SUS. Dados governamentais mostram que o número de partos normais está maior do que cesarianas: 58 % a 41,9% respectivamente. No primeiro quadrimestre de 2019, foram realizados 927 partos sendo que 532 foram normais – 57 % do total. Foram 280 cesarianas registradas em casos de risco para a mãe ou para o bebê.

Atendimento psiquiátrico

O município conta com três unidades do Centro de Atenção Psicossocial (CAPS), sendo que cada um é voltado para público específico: Adulto, Infantil e para usuários de álcool de droga. As unidades contam com atendimento de médicos psiquiatras, cuidadores de Saúde, auxiliares de enfermagem e profissionais de nível superior.

O tratamento possui várias etapas: consultas, acolhimento, atendimento individual e em grupo e acompanhamentos. Ao todo, foram realizados 12.946 atendimentos nas três unidades do CAPS.

A comunicação aqui faz-se pertinente para tratar não somente o paciente, mas também a família, tendo em vista que todos os parentes precisam receber tratamento adequado para lidar com a situação. Sempre reforçando que amor e carinho são remédios essenciais.

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.

VIII – Objetivos da Secretaria de Saúde

- Criar campanha estratégica para fortalecimento da importância da Saúde Básica;
- Criar estratégias para conscientizar a população dos temas relacionados à Saúde. Por exemplo: vacinação contra HPV e Gripe (desmistificar que as vacinas fazem mal);
- Elaborar campanhas educativas para melhorar o atendimento na rede pública, por exemplo, contra os trotes no número telefônico do SAMU e sobre ausência nas consultas agendadas previamente na rede municipal;

- Manter um canal de comunicação aberto com servidores da rede de saúde para captação de demandas e ideias para melhorias do atendimento;
    - Trabalho em conjunto com a Coordenadoria de Comunicação sobre ações que estão sendo realizadas na Secretaria para divulgação e apoio nas campanhas de conscientização, por exemplo;
    - Criar dispositivos que envolvam a população transformando-a em "agente transformador" que pode, com ações simples, melhorar seu próprio bem estar.

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: *"Saúde Humanizada"*

XI – Período da campanha

30 (trinta) dias.

XII – Praça

Toda a população de Mauá.

XIII – Verba fictícia

R$ 1.000.000,00 (um milhão de 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

Pontos de outdoor
Site
Redes Sociais

ANEXO II

PROPOSTA DE PREÇOS

(modelo sugerido)

Ao
Sr. Presidente da Comissão de Licitações
Ref.: Concorrência nº 001/2020.

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 000/2020,** como segue:

d. 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);

e. 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;

f. 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 2020.

_____
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° 001/2020

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 nº _____, na **Concorrência nº 001/2020**, 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.

____/____/2020.

_____

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 nº 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 nº _____, 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, ____ /____ / 2020.

_____
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 nº 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 da **Concorrência n° 001/2020**, 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.

_____, ____ /____ / 2020.

_____
Representante legal da empresa

ANEXO VI

MINUTA DE TERMO DE CONTRATO

CONTRATO: Nº...../.....

PROCESSO: Nº 21066/2018

CONTRATANTE: PREFEITURA DE MAUÁ – SECRETARIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

CONTRATADA:

Aos..... dias do mês de ..... de dois mil e vinte, de um lado a PREFEITURA DO MUNICÍPIO DE MAUÁ, adiante designada simplesmente CONTRATANTE, neste ato representada pela Secretária 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 ..../...../2020, 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 clausulas e condições seguintes, tem por justo e contratado o quanto segue:

CLAUSULA PRIMEIRA – DO OBJETO

1. A CONTRATADA se obriga a executar os serviços técnicos de projetos de 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 especificas 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, nas 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.

CLAUSULA SEGUNDA – DO VALOR E DA REMUNERAÇÃO PELOS SERVIÇOS

2. O valor estimado do contrato é de até R$ _____ (_____), onerando dotações orçamentárias a serem consignadas. No exercício de 2.020, entretanto, por se tratar de ano eleitoral, a despesa será correspondente à R$ 900.000,00 (Novecentos Mil Reais), ao longo do primeiro semestre.

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:

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

g. 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.

CLAUSULA TERCEIRA – DO PRAZO CONTRATUAL

3. 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 termino 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.

CLAUSULA QUARTA – DO PAGAMENTO

4. 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 Secretaria de Comunicação Social, e acompanhadas dos seguintes documentos:
5.

a. CND – Certidão Negativa de Débito (ou positiva com efeitos de negativa);

b. CRF – Certificado de Regularidade do FGTS;

c. Autorização (orçamento assinado) da Secretaria de Comunicação Social.

5.1. 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.

5.2. 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.

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

5.4. **C**aso 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.

5.5. 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.

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

5.7. 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.

5.8. 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.

CLAUSULA QUINTA – DAS CONDIÇÕES DE EXECUÇÃO

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

6.1. 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 descriminados:

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.

6.1.1. 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.

6.2. 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.

6.3. 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 especifica.

6.4. 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.

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

6.6. Além das obrigações constantes em clausulas 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;

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

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

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

6.6.5. 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;

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

6.6.7. 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;

6.6.8. 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.

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

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

6.6.11. 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;

6.6.12. 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;

6.6.13. 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.

6.6.14. 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.

CLAUSULA SEXTA – DAS PENALIDADES

7. As penalidades a serem aplicadas são aquelas elencadas nos artigos 86 e seguintes do Capitulo 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.

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

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

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

7.5. 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 divida ativa na forma da Lei.

7.6. 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 ditadas pela Secretaria de Finanças.

CLAUSULA SETIMA – DA GARANTIA CONTRATUAL

8. 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.

CLAUSULA OITAVA – DA ALTERAÇÃO E RESCISÃO DO CONTRATO

9. 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.

CLAUSULA NONA – DO FORO

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

CLAUSULA DÉCIMA – DO RECEBIMENTO DEFINITIVO

11. 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 clausulas avençadas.

CLAUSULA DÉCIMA PRIMEIRA – DAS DISPOSIÇÕES GERAIS

12. Ficam fazendo parte integrante do presente o Edital de Licitação, e as propostas técnica e financeira vencedoras da Licitação. Havendo dúvida, prevalecem as disposições editalícias 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.

Secretária de Comunicação Social

CONTRATADA

TESTEMUNHAS:
1)
2)

ANEXO VII

TERMO DE CIÊNCIA E DE NOTIFICAÇÃO

CONTRATANTE:

CONTRATADA:

CONTRATO N° (DE ORIGEM):

OBJETO: Contratação de Agência de Publicidade

ADVOGADO(S): (*)

Na qualidade de Contratante e Contratado, respectivamente, do Termo acima identificado, e, cientes do seu encaminhamento ao TRIBUNAL DE CONTAS DO ESTADO, para fins de instrução e julgamento, damo-nos por CIENTES e NOTIFICADOS para acompanhar todos os atos da tramitação processual, até julgamento final e sua publicação e, se for o caso e de nosso interesse, para, nos prazos e nas formas legais e regimentais, exercer o direito da defesa, interpor recursos e o mais que couber.

Outrossim, estamos CIENTES, doravante, de que 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, de 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.

LOCAL e DATA:

CONTRATANTE: (nome, cargo e assinatura)

CONTRATADA: (nome, cargo e assinatura)

(*) Facultativo. Indicar quando já constituído.

ANEXO VIII

DADOS COMPLEMENTARES PARA ASSINATURA DE INSTRUMENTO CONTRATUAL OU ATO JURÍDICO ANÁLOGO

CONCORRÊNCIA Nº 001/2020

Razão Social da empresa: _____

CNPJ: _____

Endereço:_____

Nome do representante legal da empresa que assinará o instrumento:_____

_____

CPF:_____

RG: _____

Telefone: (____) _____ Fax: (____) _____

e-mail: _____

Dados bancários:

Banco: _____ Agência: _____ c/c: _____

Nome legível:_____

Assinatura:_____

R.G.:_____

C.P.F.:_____

ANEXO IX

MODELO DE DECLARAÇÃO DE ELABORAÇÃO INDEPENDENTE DE PROPOSTA DE PREÇOS

Concorrência Nº 001/2020

_____ (nome do representante da licitante), portador(a) da cédula de identidade R.G. n° _____, e CPF n° _____, 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 nº001/2020**, 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 001/2020**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 001/2020** 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 2020.

_____
(representante legal da licitante, com identificação completa)

ANEXO X

MODELO DE PROCURAÇÃO

CONCORRÊNCIA nº 001/2020

Processo nº 21066/2018

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

Outorgado; O representante devidamente qualificado

Objeto: Representar a outorgante na Concorrência 001/2020

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 2.020

Empresa

Cargo e nome

ANEXO XI

PLANILHA DE AVALIAÇÃO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

1	**ENVELOPE Nº 1, NÃO IDENTIFICADO (APÓCRIFO)**
2	**NOME DA CAMPANHA:**

QUESITOS	ASPECTOS AVALIADOS	AVALIAÇÃO	JUSTIFICATIVA
1. RACIOCÍNIO BÁSICO: Texto de até 4 (quatro) laudas em que a licitante explicite 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___ Pontos)			**OBS:**

QUESITOS	ASPECTOS AVALIADOS	AVALIAÇÃO	JUSTIFICATIVA
2. 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.	**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.		
	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 _____Pontos)			**OBS:**

QUESITOS	ASPECTOS AVALIADOS	AVALIAÇÃO	JUSTIFICATIVA
3. <u>IDEIA CRIATIVA</u>: 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 _____ Pontos)			**OBS:**

QUESITOS	ASPECTOS AVALIADOS	AVALIAÇÃO	JUSTIFICATIVA
4. <u>ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA</u>: 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 _____Pontos)			**OBS:**
NOTA FINAL DO ENVELOPE Nº 1			**OBS:**
NOME DO JULGADOR:			**OBS:**

1	**ENVELOPE Nº 3, IDENTIFICADO**
2	**EMPRESA:**

QUESITO	ASPECTOS AVALIADOS	AVALIAÇÃO	JUSTIFICATIVA
1. <u>CAPACIDADE DE ATENDIMENTO</u>: 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____ Pontos)			**OBS:**

QUESITO	**ASPECTOS AVALIADOS**	**AVALIAÇÃO**	**JUSTIFICATIVA**
2. <u>REPERTÓRIO</u>: 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____ Pontos)			**OBS:**

QUESITO	**ASPECTOS AVALIADOS**	**AVALIAÇÃO**	**JUSTIFICATIVA**
3. <u>RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS</u>: "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 ___ 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	PONTUAÇÃO TOTAL
RACIOCÍNIO BÁSICO: Texto de até 4 (quatro) laudas em que a licitante explicite seu conhecimento geral sobre a 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 pela da PMM**.** **f)** Das necessidades da comunicação da PMM.	15
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.	**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. **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.	25
IDÉIA CRIATIVA: Síntese da estratégia de comunicação, expressa sob forma de redução de mensagem.	a) Adequação ao problema específico de comunicação a 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.	25
ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA: Texto de até 06 (seis) laudas em que a Licitante demonstre capacidade para atingir e sensibilizar os	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.	15

segmentos de público	f) Otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa.	
CAPACIDADE DE ATENDIMENTO: Avaliação da qualificação e quantificação dos profissionais disponibilizados para execução do contrato; infraestrutura e recursos	a) A relação dos clientes atuais 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 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.	8
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.	6
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.	6