



CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 01/2020

PROCESSO Nº 024/2020

OBJETO: CONTRATAÇÃO DE AGÊNCIA DE PROPAGANDA E PUBLICIDADE PARA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS PUBLICITÁRIOS PARA O CONSÓRCIO INTERMUNICIPAL GRANDE ABC.

O Consórcio Intermunicipal Grande ABC, através da Diretoria Administrativa e Financeira, torna público para conhecimento dos interessados, que realizará **CONCORRÊNCIA PÚBLICA DO TIPO TÉCNICA E PREÇO**, para o objeto em epígrafe.

Esta licitação e a contratação dela decorrente subordinam-se às disposições da Lei Federal nº 8.666, de 21 de junho de 1993; da Lei Complementar nº 123, de 14 de dezembro de 2006, com as alterações que lhe sobrevieram; Lei Federal nº 4.680, de 18 de junho de 1965; Lei Federal nº 12.232, de 29 de abril de 2010; e demais normas regulamentadoras aplicáveis à espécie, bem como as condições estabelecidas no presente Edital.

1. PREÂMBULO

1.1. A sessão pública será realizada no Consórcio Intermunicipal Grande ABC na Avenida Ramiro Colleoni, nº 05 - Centro, Santo André/ SP, **no dia 18 de Setembro de 2020, com início às 10 horas e 00 minutos**, horário de Brasília – DF, e será conduzida pela Comissão Permanente de Licitações – COPEL, designada na Portaria nº 11/2020 e nos autos do processo em epígrafe, acompanhada pela Subcomissão Técnica designada na Portaria nº 35/2020.

1.2. As propostas deverão obedecer às especificações e padrão deste instrumento convocatório e anexos que dele fazem parte integrante.

1.3. Os envelopes intitulados de “Proposta Técnica” e “Proposta de Preços” deverão ser apresentados na data, hora e endereço acima mencionados, quando os envelopes serão recebidos e abertos na forma prevista neste Edital.

1.4. Os serviços deverão ser executados de acordo com o Termo de Referência – Anexo I.

2. PARTICIPAÇÃO

2.1. As empresas interessadas em participar do presente certame, deverão retirar o Edital completo e seus anexos através do site oficial do Consórcio Intermunicipal Grande ABC: <http://consorcioabc.sp.gov.br/licitacoes> ou, caso não seja possível à retirada por meio eletrônico, o mesmo estará à disposição na Diretoria Administrativa e Financeira, podendo ser copiado pessoalmente mediante a disponibilização de mídia removível (pen drive) pela empresa interessada.

2.2. Poderão participar da licitação os interessados, pessoas jurídicas legalmente constituídas, designadas licitantes que exerçam atividade econômica organizada para a execução dos serviços compatíveis com o objeto deste certame e que atendam plenamente às exigências deste edital e seus anexos.



- 2.3. Os licitantes deverão ter pleno conhecimento dos termos deste edital, das condições gerais e particulares do objeto da licitação, devendo verificar as condições atuais e saber das condições futuras previstas, não podendo invocar nenhum desconhecimento, como elemento impeditivo da correta formulação da proposta ou do integral cumprimento do Contrato, não sendo aceitas reivindicações posteriores sob quaisquer alegações.
- 2.4. Os licitantes deverão examinar e considerar cuidadosamente todas as informações, instruções, exigências, modelos, especificações, decretos, leis e outras referências constantes deste Edital ou aplicável a esta licitação.
- 2.5. O Licitante que estiver interessado poderá entregar os envelopes no endereço e horário constantes no item 1.1 acima, ou se fazer representar na Sessão Pública por agentes credenciados, com poderes específicos para interpor ou desistir de recursos, sendo que a ausência de credencial implicará na impossibilidade de manifestação durante os trabalhos, facultada, contudo, a assinatura da ata, com a ciência de seu conteúdo, inclusive quanto ao transcurso dos prazos recursais.
- 2.5.1. O credenciamento dar-se-á através da apresentação dos seguintes documentos, externamente aos envelopes:
- Tratando-se de **Representante Legal** (sócio, proprietário, dirigente ou cargo assemelhado na empresa proponente), deverá apresentar cópia autenticada do respectivo Estatuto ou Contrato Social devidamente registrado no órgão equivalente, no qual estejam expressos seus poderes para exercerem direitos e assumir obrigações em decorrência de tal investidura, bem como o documento original de identidade com foto para conferência;
 - Tratando-se de **Procurador**, as empresas deverão credenciar um representante, mediante a apresentação de procuração por instrumento público ou particular, atribuindo-lhe poderes específicos para formular ofertas e lances, negociar preço, interpor recursos e desistir de sua interposição, bem como praticar todos os demais atos pertinentes ao certame, bem como o documento original de identidade com foto do representante para conferência.
 - No caso de instrumento particular, deverá ser apresentado Contrato social ou instrumento equivalente de forma a assegurar que os poderes foram outorgados por quem de direito.
- 2.5.2. Será admitido apenas 01 (um) representante para cada licitante credenciado, sendo que cada um deles poderá representar apenas um licitante credenciado.
- 2.5.3. O licitante que não contar com representante credenciado presente na sessão ou, ainda que presente, não puder praticar atos em seu nome por conta da apresentação de documentação defeituosa ou incompleta, não será inabilitado, porém, ficará impedido de manifestar-se nas sessões.
- 2.6. Não poderão participar da licitação as pessoas físicas ou jurídicas:
- Declaradas inidôneas pelo poder público e não reabilitadas pelo ente que aplicou a sanção;
 - Suspensas temporariamente para licitar e impedidas de contratar com o Consórcio Intermunicipal Grande ABC, nos termos do inciso III do Art. 87 da Lei Federal nº 8.666/93 e suas alterações;
 - Impedidas de licitar e contratar nos termos do art. 7º da Lei nº 10.520/2002 ou nos termos do art. 10 da Lei 9.605/98;



- d) Que se encontrem em regime de recuperação judicial ou em processo de falência, sob concurso de credores, dissolução ou liquidação, exceto empresa em Recuperação, já homologado pelo juiz competente e em pleno vigor, sem prejuízo do atendimento de todos os requisitos de habilitação econômico-financeira estabelecido neste Edital, nos termos da Súmula 50 TCESP;
- e) Que não possuam em seu objeto social ramo de atividade que seja pertinente ao objeto a ser licitado;
- f) Reunidas em consórcio, qualquer que seja sua forma de constituição;
- g) Que possuam vínculo de natureza técnica, comercial, econômica, financeira ou trabalhista com a autoridade competente, o subscritor do Edital ou algum dos membros da Subcomissão Técnica e da Comissão Julgadora da Licitação, nos termos do art. 9º da Lei 8.666/93;
- h) Que tenha sido responsável pela elaboração do briefing; ou da qual o autor do briefing seja dirigente, gerente, acionista ou detentor de mais de 5% (cinco por cento) do capital e/ direito a voto ou controlador, responsável técnico ou subcontratado;
- i) Que tenham sido proibidas pelo Plenário do CADE de participar de licitações promovidas pela Administração Pública federal, estadual, municipal, direta e indireta, em virtude de prática de infração à ordem econômica, nos termos do artigo 38, inciso II, da Lei Federal nº 12.529/2011;
- j) Que tenham sido proibidas de contratar com o Poder Público em razão de condenação por ato de improbidade administrativa, nos termos do artigo 12 da Lei Federal nº 8.429/1992;
- k) Que tenham sido declaradas inidôneas para contratar com a Administração Pública pelo Plenário do Tribunal de Contas do Estado de São Paulo, nos termos do art. 108 da Lei Complementar Estadual nº 709/1993;
- l) Que tenham sido suspensas temporariamente, impedidas ou declaradas inidôneas para licitar ou contratar com a Administração Pública estadual, direta e indireta, por desobediência à Lei de Acesso à Informação, nos termos do artigo 33, incisos IV e V, da Lei Federal nº 12.527/2011.

3. APRESENTAÇÃO DOS ENVELOPES

3.1. Deverão ser apresentados 05 (cinco) Envelopes:

- I. A **Proposta Técnica** deverá ser entregue acondicionada em 03 (três) envelopes distintos: **Envelopes nº 1, nº 2 e nº 3:**
 - a. O Envelope nº 01 será padronizado e fornecido pelo Consórcio Intermunicipal Grande ABC mediante solicitação formal da licitante à Comissão pelo e-mail: licitacao@consorcioabc.sp.gov.br ou de segunda a sexta-feira, das 10:00 às 16:00 horas na Diretoria Administrativa e Financeira do Consórcio Intermunicipal Grande ABC no endereço: Avenida Ramiro Colleoni nº 05 – Centro – Santo André/SP;
 - b. O Envelope nº 1 deverá ser retirado na Diretoria Administrativa e Financeira do Consórcio Intermunicipal Grande ABC, no endereço indicado acima, por portador da empresa que dará recibo, no qual constarão os seguintes dados da empresa: nome empresarial, CNPJ, endereço, telefone e e-mail;
 - c. O Envelope padronizado só será entregue à agência que o solicite formalmente.



- d. Os Envelopes nº 2 e nº 3 serão providenciados pela licitante e deverão ser adequados às características de seu conteúdo, desde que invioláveis quanto às informações de que tratam até a sua abertura.

II. A **Proposta de Preços** deverá ser entregue no **Envelope nº 04**:

- a. O Envelopes nº 4 será providenciado pela licitante e deverá ser adequado às características de seu conteúdo, inviolável quanto às informações de que trata, até a sua abertura.

III. Os **Documentos de Habilitação** deverão ser entregues no **Envelope nº 05**:

- a. O Envelope nº 5, contendo os documentos de Habilitação, deverá ser entregue em sessão pública específica, nos termos do item 111.

4. ENTREGA DA PROPOSTA TÉCNICA

4.1 A Proposta Técnica deverá ser entregue à Comissão Permanente de Licitações condicionada em 03 (três) envelopes distintos: Envelopes nº 1, nº 2 e nº 3, na data, hora e local indicados no preâmbulo deste Edital.

Envelope nº 1

4.1.1. No Envelope nº 1 deverá estar acondicionado o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, cuja formatação geral está definida nos itens 6.1 e 6.2 e a formatação específica de seus sub quesitos está definida no item 6.3 deste instrumento.

4.1.1.1. Só será aceito o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada que estiver acondicionado no Envelope padronizado fornecido, obrigatoriamente, pelo Consórcio Intermunicipal Grande ABC, conforme definido no item 3.1 deste Instrumento.

4.1.1.2 O Envelope nº 1 deverá estar sem fechamento e sem rubrica.

4.1.1.3 Para preservar – até a abertura do Envelope nº 2 – o sigilo quanto à autoria do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, o Envelope nº 1 não poderá:

- a) Ter nenhuma identificação;
- b) Apresentar marca, sinal, etiqueta ou outro elemento que possibilite a identificação da licitante;
- c) Estar danificado ou deformado pelas peças, materiais e ou demais documentos nele acondicionados de modo a possibilitar a identificação da licitante, bem como seu conteúdo deve estar perfeitamente alocado em seu interior.

Envelope nº 2

4.1.2. No Envelope nº 2 deverá estar acondicionado o Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada, de que trata o item 6.4.

4.1.2.1. O Envelope nº 2 deverá conter cópia do Plano de Comunicação



Publicitária – Via não Identificada, sem os exemplos de peças referente à ideia criativa, estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

Envelope nº 2

Proposta Técnica: Envelope n.º 2

Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada

Dados do Licitante (Razão Social, CNPJ, Endereço completo)

Concorrência Pública nº 01/2020.

- 4.1.2.2. O Envelope nº 2 deverá ser providenciado pela licitante e poderá ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até sua abertura.
- 4.1.2.3. O objetivo exclusivo do Envelope nº 2 é a posterior identificação, para fins do cômputo geral de notas, das autoras do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, sendo seu conteúdo apenas usado como parâmetro de reconhecimento destas propostas.

Envelope nº 3

4.1.3. No Envelope nº 3 deverão estar acondicionados a Capacidade de Atendimento, o Repertório e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, de que tratam os subitens 6.5 a 6.10.

4.1.3.1. O Envelope nº 3 deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

Envelope nº 3

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

Dados do Licitante (Razão Social, CNPJ, Endereço completo)

Concorrência Pública nº 01/2020

4.1.3.2. O Envelope nº 3 deverá ser providenciado pela licitante e poderá ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável quanto às informações de que trata, até sua abertura, sendo desaconselhado o uso de caixas, envelopes e embalagens de dimensões superiores 10.000 cm³ que dificultem o manejo do seu conteúdo.

4.1.3.2.1. O uso de embalagens de dimensões superiores as definidas neste termo para o Envelope n.º 3 acarreta em automática desclassificação da concorrente.

4.1.3.3 O Envelope nº 3 não poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta,



palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do Envelope nº 2.

5. ENTREGA DA PROPOSTA DE PREÇOS

5.1. A Proposta de Preços deverá ser entregue à Comissão de Licitação acondicionada no Envelope nº 4.

Envelope nº 4

5.1.1. O Envelope nº 4 deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

Envelope nº 4

Proposta de Preços

Dados do Licitante (Razão Social, CNPJ, Endereço Completo)

Concorrência Pública nº 01/2020.

5.1.2. O Envelope nº 4 será providenciado pela licitante e pode ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável quanto às informações de que trata, até sua abertura.

5.1.3. O conteúdo do Envelope nº 4 deve se ater aos modelos e especificações definidos neste termo, sendo desconsideradas as Propostas de Preços que a fizerem de forma dissonante dos elementos aqui instituídos.

6. APRESENTAÇÃO E ELABORAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA

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

Quesitos

I. Plano de Comunicação Publicitária;

Subquesitos:

- a) Raciocínio Básico;
- b) Estratégia de Comunicação Publicitária;
- c) Ideia Criativa;
- d) Estratégia de Mídia e Não Mídia.

II. Capacidade de Atendimento;

III. Repertório;

IV. Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação.



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

Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada

6.2. O Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada deverá ser apresentado da seguinte forma:

- a) Em caderno único e com espiral preto colocado à esquerda;
- b) Capa e contracapa em papel A4 branco, com 75 gr/m² a 90 gr/m², ambas **em branco, não deverão** ser usadas sobrecapas em plástico, acetato ou qualquer outro material;
- c) Conteúdo impresso em papel A4, tipo offset ou equivalente, branco, com 75gr/m² a 90 gr/m², orientação retrato;
- d) Espaçamento de 2 cm nas margens direita e esquerda, a partir da borda;
- e) Títulos, entretítulos, parágrafos e linhas subsequentes sem recuos;
- f) Espaçamento 'simples' entre as linhas e, *opcionalmente*, duplo após títulos e entretítulos e entre parágrafos;
- g) Alinhamento justificado do texto;
- h) Texto e numeração de páginas em fonte 'arial', cor 'automático', tamanho '12 pontos', sem prejuízo das exceções dispostas nos subitens 6.2.1, 6.2.2;
- i) Numeração em todas as páginas, pelo editor de textos, a partir da primeira página interna, em algarismos arábicos, no canto inferior direito da folha;
- j) Sem identificação da licitante;
- k) Não serão permitidas notas de rodapé no corpo do texto e nenhum título, exceto como coadjuvante dos gráficos e tabelas, nos itens em que estes são expressamente permitidos.

6.2.1. As especificações do subitem 6.2 não se aplicam às peças da idéia criativa de que trata a alínea 'b' do subitem 6.3.3.

6.2.2. Os subquesitos Raciocínio Básico e Estratégia de Comunicação Publicitária poderão ter gráfico e ou tabela, observadas as seguintes regras:

- a) Os gráficos ou tabelas poderão ser editados em cores;
- b) Para os dados e informações dos quadros e ou tabelas recomenda-se edição na fonte 'arial', em estilo 'normal', cor 'automático', tamanho '10 pontos';
- c) Apenas as páginas **em que estiverem inseridos os gráficos e ou tabelas** poderão ser apresentadas em papel A3 dobrado. Nesse caso, para fins do limite previsto no subitem 6.2.6, o papel A3 será computado como duas folhas de papel A4, respeitadas as margens previstas nas laterais das páginas, conforme definido no item 6.2 deste edital, alínea d.

6.2.3. Os gráficos, tabelas e planilhas integrantes do subquesito Estratégia de Mídia e Não Mídia deverão ter fontes e tamanhos de fonte habitualmente utilizados nesses documentos e poderão ser editados em cores.

6.2.3.1. Apenas as páginas **em que estiverem inseridos os gráficos, tabelas e planilhas** desse subquesito poderão ser apresentadas em papel A3 dobrado.



- 6.2.4. Os exemplos de peças e ou materiais integrantes do subquesto Ideia Criativa serão apresentados separadamente do caderno de que trata o subitem 6.2, apesar de integrarem o mesmo envelope.
- 6.2.4.1. Esses exemplos devem adequar-se às dimensões do Envelope nº 1, cabendo à licitante atentar para o disposto no subitem 4.1.1.3, e demais exigências deste instrumento.
- 6.2.4.2 Não é permitido que as peças sejam coladas em pranchas ou similares que possam determinar a identidade da licitante, nem o uso de *passport* ou *assemelhados*. **Quando impressas deve-se usar o padrão de gramatura de papel proposto (75 gr/m2 a 90 gr/m2)**, além de respeitar a sugestão de exposição em folha que, quando dobrada e fechada, mantenha o formato A4 de forma a permitir sua melhor inserção e manuseio no Envelope padrão sem maiores transtornos à Subcomissão Técnica.
- 6.2.5. Os textos do Raciocínio Básico, da Estratégia de Comunicação Publicitária e da Ideia Criativa estão limitados, **no conjunto, a 10 páginas**.
- 6.2.6. Os textos da Estratégia de Mídia e Não Mídia não têm limitação quanto ao número de páginas.
- 6.2.7. Para fins desta concorrência, consideram-se como Não Mídia os meios que não implicam a compra de espaço e ou tempo em veículos de divulgação para a transmissão de mensagens publicitária.
- 6.2.8. Podem ser utilizadas páginas isoladas com a finalidade de identificar as etapas do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e seus subquestos: Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia. Não deverão ser lançados nessas páginas os subitens deste instrumento a que corresponde o quesito e nem os textos expressos nesses subitens.
- a) Essas páginas devem seguir as especificações do item 6.2, no que couber
- b) Essas páginas, por não conterem conteúdo avaliatório, **não contam** no cômputo de páginas explicitado no subitem 6.2.5 deste Instrumento, não devendo ser numeradas quando utilizadas.
- 6.3. O Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, composto dos subquestos Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia deverá ser elaborado com base no Briefing - Anexo I.A do Termo de Referência deste edital, observadas as seguintes disposições:
- 6.3.1 **Raciocínio Básico**: composto de um texto, em que o licitante demonstrará sua compreensão sobre as ações de comunicação publicitária a cargo do Consórcio Intermunicipal Grande ABC e o contexto de atuação e sua população (dados sócio-demográficos) na região e (quando for o caso) no estado. O texto deverá contemplar:
- a) Diagnóstico e interpretação dos desafios e problemas de comunicação contidos no Briefing introduzindo o trabalho da licitante;
- b) Considerações de público alvo;
- c) Premissas básicas para o desenvolvimento da estratégia de comunicação que será desenvolvida pela agência licitante nos subitens que virão a seguir, incluindo a prioridade com que estas premissas devem ser atendidas nas



estratégias subsequentes.

6.3.2 **Estratégia de Comunicação Publicitária:** Derivado diretamente das considerações já apresentadas no subitem anterior, se constitui de apresentação pela licitante, das linhas gerais da proposta para suprir os desafios e problemas - geral e específicos - de comunicação a serem enfrentados e alcançar os objetivos previstos no Briefing, compreendendo:

- a) Explicitação e defesa do partido temático e do conceito que, de acordo com seu raciocínio básico, devem fundamentar a proposta de solução publicitária, partindo do tema chave proposto no Briefing, descartando soluções eventualmente consideradas inicialmente na estratégia e justificando seu descarte;
- b) Explicitação e defesa dos principais pontos da Estratégia de Comunicação Publicitária sugerida, no que destacamos:
 - I. Definições sobre o comportamento dos públicos da campanha, formulando hipóteses e diagnósticos alicerçados em dados reconhecidos;
 - II. Definições sobre o conteúdo que deve estar inserido na campanha, em particular sobre o conteúdo e forma de abordar o público definido, norteando os itens que serão corporificados nas peças da relação presente na ideia criativa;
 - III. Desdobramentos posteriores da campanha, determinando como esta abordagem irá gerar longevidade à campanha;
 - IV. Definições temporais sobre o período correto de realizar a campanha, diante das diretrizes presentes;
 - V. Definições relativas ao modo de realizar a estratégia de campanha, em particular diretrizes gerais sobre os suportes midiáticos, instrumentos ou ferramentas que serão utilizados e razões que suportam essas diretrizes.

6.3.3 **Idéia Criativa:** apresentação pela licitante de campanha publicitária, observadas as seguintes disposições:

- a) Apresentar relação de todas as peças e ou material que julgar necessários para a execução da sua proposta de estratégia de comunicação publicitária, como previsto anteriormente, com comentários sobre a construção criativa de cada peça e/ou material, podendo ser em texto corrido ou tópicos, a critério dos licitantes;
- b) Da relação prevista na alínea anterior, escolher e apresentar como exemplos, as peças e ou materiais que julgar mais indicados para corporificar objetivamente sua proposta de solução do(s) desafio(s) ou problema(s), geral e ou específico, de comunicação, conforme explicitado na estratégia de comunicação publicitária. As peças eleitas devem estar indicadas de forma clara no texto descrito na alínea anterior;
- c) Os comentários mencionados na alínea 'a' do subitem 6.3.3 deverão estar circunscritos à especificação de cada peça e ou material, à explicitação das funções táticas que se pode esperar de cada peça e ou material, e a sua detalhada especificação no caso das peças não corporificadas que eventualmente irão compor a campanha, bem como de suas técnicas construtivas quando pertinente;
- d) Os exemplos de peças e ou materiais de que trata a alínea 'b' do subitem



6.3.3 estão limitados a **5 (cinco)**, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça e ou material, podendo ser apresentados sob qualquer forma impressa – desde roteiro, *layout* e ou *storyboard* impressos, para qualquer meio; descritivos e gráficos impressos para protótipo; detalhamento impresso de roteiros para realização de peças destinadas a rádio e internet;

- I. Todos os exemplos devem ser apresentados exclusivamente em substrato papel, conforme demais normativas do certame.
 - II. Se a campanha proposta pela licitante prever número de peças e ou material superior ao que pode ser apresentado na forma ‘exemplificada’, a relação prevista na alínea ‘a’ do subitem 6.3.3 deverá ser elaborada em dois blocos (de texto ou de tópicos, conforme escolha da licitante): um para as peças e ou material apresentados como exemplos (peças tangibilizadas) e outro para o restante que não será exemplificado (peças não tangibilizadas).
 - III. As peças gráficas poderão ser impressas em tamanho real ou reduzido, desde que não prejudique sua leitura, sem limitação de cores, **sem suporte e/ou passe-partout**. Peças que não se ajustem às dimensões do Envelope no 1 podem ser dobradas.
 - IV. Cada peça e ou material impresso deverá trazer indicação sucinta (exemplos: cartaz, roteiro de filme TV, roteiro de spot para rádio, anúncio em revista, *frames* de banner para internet, etc.) destinada a facilitar seu cotejo, pelos integrantes da Subcomissão Técnica, com a relação comentada prevista na alínea ‘a’ do subitem 6.3.3.
- e) Para fins de cômputo das peças que podem apresentadas ‘exemplificadas’, até o limite de que trata a alínea ‘d’ do subitem 6.3.3, devem ser observadas as seguintes regras:
- I. As reduções e variações de formato serão consideradas como novas peças;
 - II. Cada peça apresentada como parte de um *kit* será computada no referido limite;
 - III. Peça sequencial, para qualquer meio (a exemplo de anúncio para revista e jornal e de painéis sequenciais de mídia exterior – *outdoor*, envelopamento de veículos, adesivagem de *fingers* – entre outros), apenas será considerada uma peça se o conjunto transmitir mensagem única;
 - IV. Um *hotsite* e todas as suas páginas serão considerados uma peça;
 - V. Um filme e o *hotsite* em que se encontra hospedado serão considerados duas peças;
 - VI. Um *banner* e o *hotsite* para o qual ele esteja direcionado serão considerados duas peças;
 - VII. Um *hotsite* cuja página de abertura e ou demais páginas internas sejam formadas por animações ou imagens captadas, formando um conjunto integrado ao *hotsite*, será considerado apenas uma peça.

6.3.4 Estratégia de Mídia e Não Mídia - constituída de:

- a) Texto de apresentação em que a licitante explicitará e justificará a estratégia e as táticas recomendadas, em consonância com a estratégia de comunicação publicitária por ela sugerida e em função da verba referencial indicada no



- Briefing, anexo a este edital, sob a forma de textos, métricas, tabelas, gráficos e planilhas;
- b) Texto diagnóstico sobre os públicos da campanha contemplados, seu consumo de mídia e perfis embasados em pesquisas e dados reconhecidos, sempre alicerçados em elementos demográficos e psicográficos, servindo de apoio aos argumentos oferecidos, o que inclui gráficos e tabelas referentes a estes conteúdos;
 - c) Texto com considerações detalhadas sobre as táticas de mídia propostas e números relativos ao alcance do plano proposto, permitindo a inclusão de tabelas e informações sobre as estratégias de *flight* propostas;
 - d) Simulação de plano de distribuição em que a licitante identificará todas as peças e ou materiais destinados a veiculação, exposição ou distribuição, sob a forma de textos, métricas, tabelas, gráficos e planilhas que embasem as normativas técnicas utilizadas pelas licitantes para esta distribuição.
 - d.1) Todas as peças e material que integrem a relação comentada prevista na alínea 'a' do subitem 6.3.3 deverão constar dessa simulação, com os respectivos períodos de distribuição das peças e ou materiais e quantidades de inserção destes materiais;
 - e) Resumo geral com informações sobre, ao menos:
 - e.1) Os valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em veículos de divulgação, separadamente por meios;
 - e.2) Os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção e ou na execução técnica de cada peça destinada a veículos de divulgação;
 - e.3) Os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção de cada peça e ou material de não mídia com as respectivas quantidades a serem produzidas;
 - e.4) Demais valores (absolutos e percentuais) que incluam o orçamento estabelecido, inclusive custos de pesquisa e eventuais reservas técnicas designadas;
 - f) Quanto aos valores desta simulação, devem ser observados:
 - f.1) Os preços das inserções em veículos de comunicação devem ser considerados os de tabela cheia, vigentes na data de publicação do Aviso de Licitação;
 - f.2) Deve ser desconsiderado o repasse de parte do desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei n.º 4.680/1965;
 - f.3) Não será necessário especificar os custos internos e honorários sobre serviços de fornecedores.

Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada

- 6.4. O Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada, constitui-se do mesmo conteúdo da via não identificada, sem os exemplos de peças e ou materiais da Idéia Criativa, com a identificação da licitante. Deve ser datado e assinado na última página e rubricado nas demais, por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado, uma vez que não tem como propósito nenhum tipo de avaliação técnica, sendo apenas referência para cotejamento dos conteúdos no momento



final da avaliação desta etapa do certame.

Capacidade de Atendimento

- 6.5 A licitante deverá apresentar os documentos e informações que constituem a Capacidade de Atendimento em caderno específico, com ou sem o uso de cores, em papel A4, em fonte 'arial', tamanho '12 pontos', em folhas numeradas sequencialmente, a partir da primeira página interna, rubricadas e assinadas na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.
- 6.5.1 Qualquer página com os documentos e informações previstos no subitem 6.5 poderá ser editada em papel A3 dobrado.
- 6.5.2 Os documentos e informações e o caderno específico mencionados no subitem 6.5 não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do Envelope nº 2.
- 6.5.3 Não há limitação de número de páginas para apresentação do conteúdo do caderno da Capacidade de Atendimento.
- 6.6. A Capacidade de Atendimento será constituída de textos, tabelas, gráficos, diagramas, fotos e outros recursos, por meio dos quais a licitante apresentará:
- a) Relação nominal dos seus principais clientes à época da licitação, com a especificação do início de atendimento de cada um deles;
 - b) A quantificação e a qualificação, sob a forma de currículo resumido (no mínimo, nome, formação e experiência), dos profissionais que poderão ser colocados à disposição da execução do contrato, discriminando-se todas as áreas fundamentais: estudo; planejamento; criação; produção de rádio, produção em RTV e internet; produção gráfica; mídia;
 - b.1) não é necessária rubrica ou autenticação destes currículos resumidos por parte dos profissionais, atentando a licitante ao observado nas cláusulas contratuais sobre equipe disponível para o Consórcio Intermunicipal Grande ABC
 - b.2) não é necessário currículo resumido dos profissionais que não integrem as áreas técnicas da agência;
 - c) As instalações, a infraestrutura física, segurança de fluxo de dados, de processos e os recursos materiais que estarão à disposição para a execução do contrato;
 - d) A sistemática de atendimento e discriminação dos prazos a serem praticados, em forma clara e em condições normais de trabalho, na criação de peça avulsa ou de campanha, na elaboração de plano de mídia e fluxo de trabalho;
 - e) Discriminação detalhada das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência, dos periódicos assinados e da(s) auditoria(s) de circulação e controle de mídia (com suas respectivas abrangências) que colocará regularmente à disposição do Consórcio Intermunicipal Grande ABC, sem ônus adicionais, na vigência do contrato.



Repertório

- 6.7. A licitante deverá apresentar os documentos, informações, peças e materiais que constituem o Repertório em caderno específico, com ou sem o uso de cores, em papel A4, em fonte 'arial', tamanho '12 pontos', em folhas numeradas sequencialmente, a partir da primeira página interna, rubricadas e assinadas na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.
- 6.7.1. Qualquer página com os documentos e informações previstos no subitem 6.7 poderá ser editada em papel A3 dobrado.
- 6.7.2. Os documentos e informações e o caderno específico mencionados no item 6.7 não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do Envelope nº 2.
- 6.7.3. Não há limitação de número de páginas para o conteúdo do caderno de apresentação do Repertório.
- 6.8. O repertório é composto por um conjunto de trabalhos produzidos e veiculados pela licitante, na seguinte forma:
- Um DVD contendo até 03 (três) comerciais para televisão;
 - Um CD contendo até 03 (três) spots e/ou jingles para rádio;
 - Um conjunto de até 03 (três) anúncios destinados à mídia impressa;
- 6.8.1 Para cada peça e ou material, deverá ser apresentada ficha técnica e texto resumo com a indicação sucinta do problema que se propôs a resolver e parâmetros de construção da peça, além da identificação da licitante e de seu cliente, título, data de produção, período de veiculação, menção de pelo menos um veículo que divulgou cada peça e outras questões pertinentes.
- 6.8.2 Serão vedados os trabalhos que tiverem qualquer referência direta ou indireta ao Consórcio Intermunicipal Grande ABC mesmo que em regime de parceria com outros anunciantes.
- 6.8.3 As peças e ou material devem ter sido veiculados, a partir de 01 de janeiro de 2012.
- 6.8.3.1 As peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD ou CD, executável em qualquer computador com sistema operacional *windows*.
- 6.8.3.1.1 Qualquer problema técnico referente a mídia apresentada pelas licitantes poderá ter reflexo direto nas notas das mesmas e será de total e exclusiva responsabilidade delas.
- 6.8.3.2. As peças gráficas poderão integrar o caderno específico previsto no subitem 6.7, 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.
- 6.8.3.3 Se apresentadas soltas, as peças poderão ter qualquer formato, dobradas ou não, desde que caibam no Envelope adequado.



- 6.8.3.4 Se a licitante apresentar peças em quantidade inferior à estabelecida no item 6.8, sua pontuação máxima, neste quesito, será proporcional ao número de peças apresentadas. A proporcionalidade será obtida mediante a aplicação da regra de três simples em relação à pontuação máxima prevista para o item.

Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

- 6.9. A licitante deverá apresentar os documentos e informações que constituem os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação em caderno específico, com ou sem o uso de cores, em papel A4, em fonte arial, tamanho 12 pontos, em folhas numeradas sequencialmente, a partir da primeira página interna, rubricadas e assinadas na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.
- 6.9.1. Qualquer página com os documentos e informações previstos no item 6.9 poderá ser editada em papel A3 dobrado. Nesse caso, para fins do limite previsto no subitem 6.10, o papel A3 será computado como duas páginas de papel A4.
- 6.9.2. Os documentos e informações e o caderno específico mencionados no subitem precedente não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do Envelope nº 2.
- 6.10. A licitante deverá apresentar 2 (dois) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, cada um com o máximo de 3 (três) páginas, em que serão descritas soluções bem-sucedidas de problemas de comunicação planejadas e propostas por ela e implementadas para seus clientes.
- 6.10.1 As propostas de que trata o subitem 6.10 devem ter sido implementadas a partir de 2010.
- 6.10.2 Se a licitante apresentar relatos em quantidade inferior à estabelecida no item 6.10, sua pontuação máxima, neste quesito, será proporcional ao número de relatos apresentados. A proporcionalidade será obtida mediante a aplicação da regra de três simples em relação à pontuação máxima prevista para o subitem.
- 6.10.3 Os relatos deverão estar formalmente referendados pelos respectivos clientes e não podem referir-se a ações de comunicação solicitadas e ou aprovadas pelo Consórcio Intermunicipal Grande ABC.
- 6.10.4 É facultada a inclusão de até 3 peças e ou materiais, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça, para cada Relato.

7. REQUISITOS DA PROPOSTA DE PREÇOS

- 7.1. A Proposta de Preços deverá ser apresentada, em 02 (duas) vias, devendo ser redigida no idioma português, sem rasuras, emendas ou entrelinhas, digitada em papel timbrado, datada e assinada por representante legal do licitante, na última folha, e rubricada nas demais.

- 7.2. A Proposta de Preço deverá conter:



- 7.2.1 Itens sujeitos a valoração, contendo as informações constantes no modelo de Proposta de Preços – Anexo VI ao Edital, indicando os percentuais em algarismos e por extenso, com os seguintes dados:
- Percentual de desconto máximo de 60% (sessenta por cento), a ser concedido ao Consórcio Intermunicipal Grande ABC, sobre os CUSTOS INTERNOS, baseados na Tabela Referencial de Preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de São Paulo – SINAPRO/SP, conforme Anexo I.B do Termo de Referência deste Edital
 - Honorários (em percentual) de até 10% (dez por cento), a serem cobrados do Consórcio Intermunicipal Grande ABC incidentes sobre os custos comprovados de outros serviços, cuja produção seja incumbida a terceiros sob a supervisão da CONTRATADA, referentes à peça e/ou material cuja distribuição não proporcione à licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação nos termos do art. 11 da Lei no 4.680/1965.
- 7.3. Declaração assinada pelo titular da licitante ou seu procurador legalmente designado, sobre o tratamento dos direitos autorais dos produtos de comunicação e peças publicitárias que vier a produzir, estabelecendo:
- 7.3.1 Para os direitos de autoria intelectual (criação, textos, idéias, projetos), a cessão durante a vigência do contrato, dos direitos patrimoniais de uso;
 - 7.3.2 Para os direitos de imagem (atores e modelos) e de obras artísticas preexistentes (ou de sua reprodução), o licenciamento de uso durante o prazo de duração do contrato, com a definição de um percentual de até 50% do cachê original ou da licença original de uso, conforme o caso, nas hipóteses de reutilização;
 - 7.3.3 O compromisso de fazer constar, em destaque, em todos os orçamentos de produção de peças publicitárias, os valores dos cachês e os licenciamentos de uso de obras artísticas preexistentes, incluso nesses orçamentos.
- 7.4. Declaração assinada pelo titular da licitante ou seu procurador legalmente designado, se comprometendo a repassar ao Consórcio Intermunicipal Grande ABC todas as vantagens (pecuniárias ou não) obtidas nas negociações de preço com os veículos de comunicação e demais fornecedores e prestadores de serviços;
- 7.5 Os trabalhos desenvolvidos internamente pela agência serão remunerados de acordo com os valores constantes da Tabela Referencial de Preços do SINAPRO/SP, aplicando-se sobre ela, o desconto oferecido na Proposta de Preços da licitante.
- 7.6 Nos preços propostos, estão inclusas todas as despesas com materiais, mão-de-obra e respectivos encargos sociais, tributários, seguros, transportes e demais despesas necessárias à execução dos serviços objeto desta licitação, a cargo da licitante, inclusive cessão de direitos autorais. Na ausência dessa declaração, serão consideradas inclusas todas as despesas mencionadas neste item, ficando ressalvadas as despesas com serviços de terceiros (fornecedores e veículos);
- 7.7 O prazo de validade da proposta será de no mínimo 60 (sessenta) dias, contados



da data da entrega dos envelopes.

8. PONTUAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA

8.1 Para efeito de avaliação do PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA, a licitante deverá apresentar uma campanha simulada, sobre o tema hipotético **“Com verba de R\$ 1.000.000,00 (um milhão de reais) e duração de 60 (sessenta) dias, conforme Briefing – Anexo I.A do Termo de Referência.**

8.2 DO JULGAMENTO DA PROPOSTA TÉCNICA

8.2.1 As Propostas Técnicas serão julgadas, avaliadas e classificadas de acordo com os critérios pertinentes e adequados ao objeto licitado definidos neste edital por uma Subcomissão Técnica especificamente selecionada para este fim, conforme normativas da legislação em vigor, aferindo-se a nota a partir do somatório dos pontos obtidos nos quesitos técnicos constantes da proposta do licitante.

8.2.2 Serão levados em conta pela Subcomissão Técnica, como critério de julgamento técnico, os atributos da Proposta Técnica conforme itens a seguir, tendo cada quesito ou subquesito objetos específicos para análise.

8.3 ATRIBUTOS DE AVALIAÇÃO DO PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – VIA NÃO IDENTIFICADA.

8.3.1 Raciocínio Básico – serão analisados a acuidade de compreensão e análise:

- a) Sobre a natureza e a extensão do objeto da licitação e presença de dados que referenciem esta acuidade;
- b) Do(s) desafio(s) ou do(s) problema(s), geral e ou específico, de comunicação a ser(em) enfrentado(s);
- c) Das necessidades de comunicação institucional do Consórcio Intermunicipal Grande ABC conforme Briefing Anexo I.A do Termo de Referência deste Edital.

8.3.2 Estratégia de Comunicação Publicitária – serão observadas nas propostas das concorrentes:

- a) A adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza e à qualificação (e a seu(s) desafio(s) ou problema(s), geral e ou específico), de comunicação, conforme o Briefing;
- b) A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do temático e do conceito propostos;
- c) A riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação do Consórcio Intermunicipal Grande ABC com seus públicos a partir da eventual implantação da campanha;
- d) A adequação e a exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do(s) desafio(s) ou do(s) problema(s), geral e ou específico, de comunicação da do Consórcio Intermunicipal Grande ABC conforme o Briefing em anexo;
- e) A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta e táticas derivadas;



- f) A capacidade de articular os conhecimentos sobre a comunicação institucional do Consórcio Intermunicipal Grande ABC seu(s) desafio(s) ou problema(s), geral e ou específico, de comunicação, seus públicos, os objetivos, geral e específicos, de comunicação previstos no Briefing e a verba disponível conforme o Briefing em anexo;
- g) A composição de pontos de contato com os diversos públicos constantes em Briefing e sua concretização em estratégia pertinente ao desafio proposto;
- h) As referências estratégicas capazes de alimentar os pontos fundamentais do plano de comunicação com destaque para as questões de público (quantitativas e comportamentais), forma, temporalidade e meios utilizados.

8.3.3 Ideia Criativa – serão observadas nas propostas das licitantes:

- a) Sua adequação ao(s) desafio(s) ou problema(s), geral e ou específico, de comunicação do Consórcio Intermunicipal Grande ABC conforme o Briefing em anexo.
- 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) Originalidade da combinação dos elementos que a constituem;
- f) A unidade entre as peças que compõem a campanha;
- g) A simplicidade da forma sob a qual se apresenta, bem como sua capacidade de síntese;
- h) Sua pertinência às atividades da comunicação de utilidade pública do Consórcio Intermunicipal Grande ABC e à sua inserção nos contextos social, político e econômico;
- i) Os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças e ou materiais apresentados;
- j) A exequibilidade das peças e ou dos materiais e sua composição de imagem e de conteúdo;
- k) A compatibilidade da linguagem utilizada nas peças e ou nos materiais aos substratos midiáticos e aos públicos propostos;
- l) Manejo e adequação da linguagem e composição de imagem, demonstrada em sua unidade criativa e qualidade técnica e nos exemplos apresentados.

8.3.4 Estratégia de Mídia e Não Mídia – serão observadas nas propostas das licitantes:

- a) Conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público prioritário constantes no Briefing e seus desdobramentos de *target*;
- b) A capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos, tanto demográficos quanto psicográficos, bem como uso de fontes confiáveis;
- c) A consistência do plano simulado de distribuição das peças e ou dos materiais em relação às duas alíneas anteriores, evidenciada pelo suporte de dados que norteiam essa simulação;
- d) A pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos



recursos de comunicação próprios do Consórcio Intermunicipal Grande ABC;

- e) A proporcionalidade na distribuição dos recursos entre suas alíneas;
- f) A economicidade e consciência na aplicação da verba de mídia disponível, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças e ou dos materiais e suas justificativas táticas e disponibilidade de métricas que as embasem;
- g) A otimização da mídia segmentada, digital, alternativa e de massa;
- h) A existência de descritivos claros, em valores percentuais e absolutos, capazes de resumir a proposta apresentada e sua proporcionalidade.

8.3.5 CAPACIDADE DE ATENDIMENTO – serão observadas nas propostas das licitantes:

- a) A consonância da atual carteira com os problemas e desafios do Consórcio Intermunicipal Grande ABC;
- b) A experiência e formação dos profissionais da licitante em atividades publicitárias e de comunicação integrada;
- c) A adequação das qualificações e da quantificação desses profissionais à estratégia de comunicação publicitária institucional do Consórcio Intermunicipal Grande ABC;
- d) A adequação das instalações, da infraestrutura física e dos recursos materiais e de segurança que estarão à disposição da execução do contrato;
- e) A operacionalidade do relacionamento entre o Consórcio Intermunicipal Grande ABC e a licitante, esquematizado na proposta, incluindo sistematização de reuniões e prazos de realização e alteração de peças, fluxos de trabalho, além das demais questões que explicitam o funcionamento deste relacionamento, tais como o trato das informações e segurança;
- f) A relevância e a utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que a licitante colocará regularmente à disposição do Consórcio Intermunicipal Grande ABC sem ônus adicional, durante a vigência do contrato;
- g) A existência de equipe dedicada ao trato da conta de comunicação institucional do Consórcio Intermunicipal Grande ABC, bem como a definição técnica dos profissionais à disposição nesta condição.

8.3.6 REPERTÓRIO – serão observadas nas propostas das concorrentes:

- a) A ideia criativa, e sua adequação e pertinência ao problema que a licitante se propôs a resolver;
- b) A qualidade da execução e do acabamento da peça e ou material, evidenciada pelas dimensões técnicas de produção e construção criativa em cada um dos meios onde estas peças foram inseridas;
- c) A clareza da exposição das informações prestadas, tanto nas peças, quanto nos resumos que tratam do caso em que elas estão inseridas;
- d) A exequibilidade das soluções diante das verbas claramente propostas, pela facilidade de implantação e sua relação particular com o impacto desejável junto aos públicos para as quais foram desenvolvidas;
- e) A diversidade de casos e sua aderência aos desafios presentes no manejo das



questões de comunicação do Consórcio Intermunicipal Grande ABC;

8.3.7 RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO – serão observadas nas propostas das concorrentes:

- a) A evidência de planejamento publicitário detectada na transformação dos cenários apresentados em novos dados e conclusões estratégicas a partir do problema proposto pelo cliente;
- b) A consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução;
- c) A relevância dos resultados apresentados a partir da solução de comunicação apresentada pela licitante e dela derivados;
- d) A concatenação lógica da exposição, incluindo a ordenação narrativa do caso.

8.4. DA PONTUAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA

8.4.1 A nota da Proposta Técnica será apurada atribuindo aos quesitos e subquesitos, no máximo, os seguintes pontos, no total de 100 (cem), distribuídos conforme descritos nos itens a seguir.

8.4.2 Raciocínio Básico: **máximo de 10 (dez) pontos**, da seguinte forma:

- Clareza e embasamento no conhecimento das características gerais da comunicação institucional do Consórcio Intermunicipal Grande ABC – 1,0 (um) ponto.
- Conhecimento genérico dos serviços prestados pelo Consórcio Intermunicipal Grande ABC em todas as áreas contempladas pelo edital – 2,0 (dois) pontos.
- Adequada compreensão da linha de atuação específica do Consórcio Intermunicipal Grande ABC, tanto em sua missão na construção de publicidades educativas, informativas de natureza institucional, quanto na linha de atuação em questão – 3,0 (três) pontos.
- Acuidade de compreensão demonstrada em relação às necessidades de comunicação dessa específica linha de atuação – 4,0 (quatro) pontos;

8.4.3 Estratégia de Comunicação: **máximo de 20 (vinte) pontos**, da seguinte forma:

- A adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza e à qualificação das campanhas do Consórcio Intermunicipal Grande ABC e a seu (s) desafio(s) ou problema(s), geral e ou específico, de comunicação – 5,0 (cinco) pontos
- A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito propostos pela licitante e sua riqueza de desdobramentos positivos para a comunicação institucional do Consórcio Intermunicipal Grande ABC com seus públicos – 5,0 (cinco) pontos.
- Desenvolvimento, adequação/, e exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do(s) desafio(s) – 6,0 (seis) pontos.
- A consistência lógica da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta e sua capacidade de articulação com os desafios de comunicação e públicos – 4,0 (quatro) pontos.



8.4.4 **Idéia Criativa: máximo de 20 (vinte) pontos**, da seguinte forma:

- Estratégia de comunicação que atenda a todos os pontos da campanha propostos em Briefing – 6,0 (seis) pontos.
- Capacidade de síntese da estratégia de comunicação e manejo adequação da linguagem, demonstrados em sua unidade criativa e qualidade técnica dos exemplos apresentados – 4,0 (quarto) pontos.
- Cobertura de público envolvido pela linha de atuação contemplada pela estratégia sugerida – 4,0 (quarto) pontos.
- Originalidade na combinação de seus elementos constitutivos revelada nos roteiros e textos de peças publicitárias que se apresentarem e exequibilidade das soluções propostas – 6,0 (seis) pontos.

8.4.5 **Estratégia de Mídia e Não Mídia: máximo de 15 (quinze) pontos**, da seguinte forma:

- Conhecimento de hábitos de comunicação do público envolvido com a linha de atuação – 3,0 (três) pontos.
- Capacidade analítica revelada no estudo desses hábitos e nas conclusões oferecidas à formulação da mídia, bem como da busca de fontes para embasar estes dados – 4,0 (quatro) pontos.
- Estudo de distribuição da verba da linha de atuação, em vista de suas diferentes necessidades entre as diversas áreas de serviços do Consórcio Intermunicipal Grande ABC, em particular a otimização da mídia segmentada, digital, alternativa e de massa – 4,0 (quarto) pontos.
- Consciência e economicidade do plano geral de utilização da verba publicitária da linha de atuação simulada na proposta, incluídas métricas e rentabilidades mensuráveis – 4,0 (quarto) pontos.

8.4.6 **Capacidade de Atendimento: máximo de 15 (quinze) pontos**, da seguinte forma:

- Capacidade geral de atendimento revelada pela licitante, considerando a adequação das instalações, da infraestrutura física, dos recursos materiais, da quantidade e qualificação dos profissionais nos diferentes setores da licitante colocados à disposição do Consórcio Intermunicipal Grande ABC – 4,0 (quarto) pontos.
- Sistemática de atendimento, revelada no julgamento dos quesitos: operacionalidade (fluxo e normas), segurança, presteza no atendimento às solicitações e grau de liberdade conferido à na escolha de soluções alternativas – 6,0 (seis) pontos.
- A existência de equipe dedicada ao trato da conta, bem como a qualidade da definição técnica especificamente destes profissionais à disposição do Consórcio Intermunicipal Grande ABC - 5,0 (cinco) pontos.

8.4.7 **Repertório: máximo de 10 (dez) pontos**, da seguinte forma:

- Capacidade técnica e artística revelada pela licitante no atendimento a outros clientes, de acordo com as amostras de peças incluídas na proposta e aferidas pelos quesitos de concepção e pertinência criativa. – 4,0 (quatro) pontos.



- Clareza da exposição das informações prestadas, tanto nas peças, quanto nos resumos que tratam do caso em que elas estão inseridas – 2,0 (dois) pontos.
- Qualidade de execução e exequibilidade das soluções diante dos problemas propostos – 4,0 (quarto) pontos.

8.4.8 **Relato de Soluções de Problemas de Comunicação: máximo de 10 (dez) pontos**, da seguinte forma:

- A evidência de planejamento publicitário – 2,0 (dois) pontos.
- A consistência das relações de causa e efeito entre problema encontrado e a solução proposta – 2,0 (dois) pontos.
- A relevância dos resultados apresentados diante dos desafios – 3,0 (três) pontos.
- Na concatenação lógica da exposição, incluindo a ordenação narrativa do caso – 3,0 (três) pontos.

8.5 DA ESCALA DE AVALIAÇÃO

8.5.1 Os números de pontos indicados em cada quesito relacionado nos subitens anteriores serão considerados, como notas máximas, de cada membro da Subcomissão Técnica, para efeito de atribuição das notas.

8.5.2 A nota será atribuída partindo de uma escala de 0,0 (zero) ponto até a quantidade máxima de pontos indicada em cada quesito, efetuando-se os cálculos com, no máximo, duas casas decimais.

8.5.3 A Subcomissão Técnica reavaliará a pontuação atribuída a um quesito sempre que a diferença entre a maior e a menor pontuação for superior a 20% (vinte por cento) da pontuação máxima atribuída à cada licitante no quesito, com o fim de restabelecer o equilíbrio das avaliações, de conformidade com os critérios objetivos previstos neste edital.

8.5.4 Persistindo a diferença de pontuação prevista após a reavaliação do quesito, os membros da Subcomissão Técnica, autores das pontuações consideradas destoantes, deverão registrar em ata as razões que os levaram a manter a pontuação atribuída ao quesito reavaliado, que será assinada por todos os membros da Subcomissão Técnica e passará a compor o processo desta licitação.

8.6 DA DESCLASSIFICAÇÃO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

8.6.1 Será desclassificada a Proposta que:

- a) Não atender às exigências do edital, do Termo de Referência e de seus Anexos;
- b) Não alcançar, somadas todas as etapas, a nota mínima de 50 (cinquenta) pontos;
- c) Obter pontuação 0,00 (zero) em quaisquer dos quesitos.

9. PONTUAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇOS

9.1. A Proposta de Preços será pontuada conforme abaixo:



- a) Desconto (em percentual) a ser concedido sobre os CUSTOS INTERNOS, baseados na Tabela do SINAPRO/SP:

Desconto inferior a 20% = Nota Zero

Desconto igual ou superior a 20%: Nota = 0,9 x Desconto concedido

Desconto igual a 60%: Nota = 1 (um) x Desconto concedido

- b) Honorários (em percentual) a serem cobrados do Consórcio Intermunicipal Grande ABC, incidentes sobre os custos comprovados de outros serviços, cuja produção seja incumbida a terceiros sob a supervisão da CONTRATADA, e não lhe enseje o desconto de Agência:

Honorário superior a 10%: Nota = Zero

Honorário igual ou inferior a 10%: Nota = 4 x (10 – honorário)

9.2. A nota de cada proposta de preços será obtida mediante o somatório das notas das alíneas “a” e “b” do item 9.1 sendo considerada como proposta de menor preço aquela que obtiver o maior somatório das notas de preços.

9.2.1 As propostas comerciais serão classificadas pela ordem crescente de preços propostos, representados pelo somatório das notas atribuídas nas alíneas “a” e “b” do item 9.1.

9.2.2 Será desclassificada a Proposta de Preços que apresentar preços baseados em outra Proposta ou que contiver quaisquer itens condicionantes para a entrega dos serviços.

9.2.3 Se houver divergência entre o preço expresso em algarismos e o expresso por extenso, a Comissão de Licitação considerará o preço por extenso.

9.2.4 Não se admitirá proposta que apresente preços simbólicos, irrisórios, ou de valor zero, ou incompatíveis com os preços de mercado, observado o disposto no § 3o do art. 44 da Lei no 8.666/93.

10. JULGAMENTO DA MELHOR PROPOSTA, APLICANDO-SE A MÉDIA PONDERADA ENTRE A MELHOR PROPOSTA TÉCNICA E A MELHOR PROPOSTA DE PREÇOS

10.1 A classificação das propostas será feita de acordo com a média ponderada das valorizações das propostas técnicas e de preço, de acordo com os pesos estabelecidos neste edital, mediante a aplicação da seguinte fórmula:

$$\text{Nota Final} = \frac{(\text{Nota técnica} \times 0,70) + (\text{Nota de preços} \times 0,30)}{10}$$

10

10.2 A classificação das propostas será feita em ordem decrescente considerando os valores das Notas Finais.

11. ENTREGA E FORMA DE APRESENTAÇÃO DOS DOCUMENTOS PARA HABILITAÇÃO – ENVELOPE 05 “DOCUMENTAÇÃO”

11.1. As licitantes cujas Propostas Técnica e de Preço tenham sido classificadas deverão entregar os Documentos de Habilitação no dia, hora e local estipulados pela Comissão.



- 11.1.1. A licitante classificada no julgamento final das Propostas que não apresentar os Documentos de Habilitação, na referida sessão será alijada do certame, exceto diante da ocorrência de que trata o subitem 13.11.
- 11.2. Os documentos de Habilitação deverão estar acondicionados no Envelope nº 5, que deverá ser apresentado fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

Envelope nº 5

Documentação

Dados do Licitante (Razão Social, CNPJ, Endereço completo)

Concorrência Pública nº 01/2020

- 11.2.1. O Envelope nº 5 será providenciado pela licitante e deverá ser adequado às características de seu conteúdo, desde que inviolável quanto às informações de que trata, até sua abertura.
- 11.3. Deverão estar inseridos no envelope, os documentos abaixo relacionados, por meio de cópias devidamente autenticadas, excetuando-se aqueles expedidos via internet, em que a comprovação de sua veracidade poderá ser efetivada na sessão:
- 11.3.1. Para Habilitação Jurídica deverá ser apresentado, conforme natureza do licitante:
- Registro comercial, no caso de empresa individual;
 - Ato constitutivo, estatuto social, contrato social ou sua consolidação e posteriores alterações contratuais, devidamente registrados na junta comercial e, em vigor e, no caso de sociedade por ações, ata do atual capital social acompanhado da ata de eleição de sua atual administração, registrados e publicados;
 - Inscrição do ato constitutivo, no caso de sociedades civis, acompanhada de prova da diretoria em exercício;
 - Decreto de autorização, em se tratando de empresa ou sociedade estrangeira em funcionamento no País, e ato de registro ou autorização para funcionamento expedido pelo órgão competente, quando a atividade assim o exigir;
- 11.3.2. Para Regularidade Fiscal e Trabalhista:
- Prova de inscrição no Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica do Ministério da Fazenda (CNPJ/MF);
 - Prova de inscrição no Cadastro de Contribuintes Estadual ou Municipal, se houver, relativo ao domicílio ou sede do licitante, pertinente ao seu ramo de atividade e compatível com o objeto do certame;
 - Certidão que comprove a regularidade para com a Fazenda Municipal, relativa ao domicílio ou sede do licitante, pertinente ao seu ramo de atividade e compatível com o objeto do certame;



- d. Certidão que comprove a regularidade para com a Fazenda Estadual, relativo ao domicílio ou sede do licitante, consistente na regularidade fiscal junto ao Estado ou Distrito Federal;
- e. Certidão que comprove a regularidade para com a Fazenda Federal, compreendendo certidão expedida conjuntamente pela Secretaria da Receita Federal - RFB e pela Procuradoria Geral da Fazenda Nacional – PGFN, referente a todos os tributos federais e à Dívida Ativa da União por elas administrados, abrangendo inclusive as contribuições sociais previstas nas alíneas 'a' à 'd' do parágrafo único do art. 11 da Lei nº 8.212, de 24 de julho de 1991;
- f. Certidão que comprove a regularidade relativa ao Fundo de Garantia por Tempo de Serviço (FGTS);
- g. Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas – CNDT, de acordo com a Lei Federal nº 12.440/2011, emitida pelo site <http://www.tst.jus.br/certidao/>.

11.3.2.1. As provas de regularidades elencadas nas alíneas acima são exclusivamente relativas aos tributos pertinentes ao objeto licitado.

11.3.2.2. Serão aceitas Certidões Positivas com Efeito de Negativas.

11.3.3. Para Qualificação Econômico-Financeira:

- a. Certidão negativa de falência ou recuperação judicial, expedida pelo distribuidor da sede da licitante, com prazo de expedição inferior a 180 (cento e oitenta) dias da data desta Tomada de Preços;
 - a.1) Será aceita certidão positiva de recuperação judicial, condicionada a apresentação de plano de recuperação judicial homologado pelo juízo competente e em pleno vigor, apto a comprovar a viabilidade econômico-financeira da licitante;
- b. Balanço Patrimonial e Demonstração de Resultado do Exercício (D.R.E.), sendo considerados aceitos, como na forma da lei, assim apresentados:
 - I. Sociedades regidas pelas Leis 6.404/76 e 9.457/97 (Sociedade Anônima – S.A.): publicados em Diário Oficial; ou publicados em jornais de grande circulação; ou por fotocópia extraída do Livro Diário – devidamente autenticada na Junta Comercial da sede ou domicílio da licitante ou outro órgão equivalente;
 - II. Sociedades por cota de responsabilidade limitada (LTDA.): por fotocópia extraída do Livro Diário e que nos termos da RESOLUÇÃO CFC N.º 1.330/2011 esteja devidamente autenticado na Junta Comercial da sede ou domicílio da licitante ou em outro órgão equivalente, ou por fotocópia do Balanço e da Demonstração de Resultado do Exercício (D.R.E.), nos termos da RESOLUÇÃO CFC N.º 1.330/2011 devidamente registrados ou autenticados na Junta Comercial da sede ou domicílio da licitante ou outro órgão equivalente;
 - III. Sociedades sujeitas ao regime estabelecido na Lei nº. 123/06 – Lei das Microempresas e das Empresas de Pequeno Porte “SIMPLES”: por fotocópia do Balanço e Demonstração de Resultado do Exercício (D.R.E.) nos termos da RESOLUÇÃO CFC n.º 1.330/2011 devidamente registrada ou autenticada na Junta Comercial da sede ou domicílio da licitante ou outro órgão equivalente;



IV. Sociedade criada no exercício em curso: fotocópia do Balanço de Abertura, devidamente registrado ou autenticado na Junta Comercial da sede ou domicílio da licitante ou outro órgão equivalente.

b.1) Caso a Escrituração Contábil seja na forma eletrônica, deverá estar de acordo com o disposto nas Resoluções CFC nº 1.299/2010 e 1.329/2011 e Instrução Normativa nº 107/08 do DNRC, sendo apresentada a impressão do Livro Digital, juntamente com o Termo de Autenticação;

b.2) Os Balanços, elencados nos incisos I a IV acima apresentados por fotocópia extraída do Livro Diário e que nos termos da RESOLUÇÃO CFC N.º 1.330/2011 esteja devidamente autenticada na Junta Comercial ou outro órgão equivalente, deverão estar acompanhados por fotocópia dos Termos de Abertura e de Encerramento que compreendam todo o exercício social;

b.3) Os termos de Abertura e Encerramento deverão equivaler ao período do Balanço Patrimonial correspondente ao exercício social, assim considerados os apresentados nos termos do art. 175 da lei 6.404/76, sendo aceitos os termos equivalentes aos balanços intermediários (mensal, bimestral, trimestral, semestral), desde que juntados todos os termos correspondentes ao período de todo exercício.

11.3.4. Para Qualificação Técnica:

a) Para qualificação técnica será(ão) exigido(s) atestado(s) de capacidade técnica, relação de aparelhamento técnico e relação de pessoal, bem como cópia autenticada do certificado de qualificação técnica de funcionamento, obtido perante o Conselho Executivo de Normas-Padrão (CENP), de que trata §1º do art. 4º da Lei nº 12.232/2010.

11.3.5. A documentação complementar deverá incluir:

- a. Declaração do Licitante, em papel timbrado e subscrita por seu representante legal, conforme modelo constante do Anexo II, deste Edital, de que:
- I. Cumpre integralmente os requisitos de habilitação constante do Edital.
 - II. Se sujeita a todas as condições deste Edital;
 - III. Responderá pela veracidade de todas as informações constantes da documentação e das propostas apresentadas;
 - IV. Tem pleno conhecimento das condições gerais e particulares da prestação dos serviços do objeto da licitação;
 - V. Caso seja declarado vencedor do certame, assumirá inteira responsabilidade pelos serviços, bem como pelos demais encargos derivados da contratação;
- b. Declaração do Licitante, em papel timbrado e subscrita por seu representante legal, de que se encontra em situação regular perante o Ministério do Trabalho, nos termos do Decreto n.º 4.358, de 05 de setembro de 2002, que regulamentou a Lei Federal nº 9.854, de 27 de outubro de 1999, que acrescentou o inciso V ao artigo 27 da Lei Federal nº 8.666, de 21 de junho de 1993, referente ao cumprimento do disposto no inciso XXXIII do artigo 7º da Constituição Federal, conforme modelo constante do Anexo III, deste Edital;



- c. Declaração do Licitante, em papel timbrado e subscrita por seu representante legal, de que inexistem fatos impeditivos à habilitação e participação no referido certame, satisfeitas as exigências contidas no art. 27, da Lei nº. 8666/93 e suas posteriores alterações, conforme modelo constante do Anexo IV, deste Edital;

11.3.6. Os licitantes que se encontrarem na condição de Microempresa ou Empresa de Pequeno Porte deverão apresentar Declaração em papel timbrado da empresa, de que se encontra enquadrado como Microempresa ou Empresa de pequeno porte, nos termos da legislação fiscal e societária, visando o exercício da preferência prevista na Lei Complementar nº. 123/06, conforme modelo constante no Anexo V;

11.3.6.1. A comprovação da condição de microempresa ou empresa de pequeno porte deverá ocorrer com a juntada da documentação, contrato social ou sua consolidação da qual conste a alteração, ou certidão expedida pela Junta Comercial, da qual conste o registro nos termos do artigo 8º, da Instrução Normativa 103, de 30 de abril de 2007, do Departamento Nacional do Registro de Comercio – DNRC, para o enquadramento em tela.

11.3.7. Todos os documentos necessários à habilitação deverão estar dentro do prazo de vigência ou validade, observados o disposto no § 1º do art. 43 da Lei Complementar 123/2006 alterada pela Lei Complementar 147/2014 para os casos das empresas declaradas EPP ou ME.

11.3.8. Na hipótese de não constar prazo de validade nos documentos apresentados, a COPEL aceitará como válidos os documentos expedidos até 180 (cento e oitenta) dias imediatamente anteriores à data de apresentação dos Envelopes.

11.3.9. Os Documentos de Habilitação deverão estar devidamente autenticados, por Cartório competente ou por membro da COPEL, mediante apresentação do Original, antes do início da sessão.

11.3.10. Nenhum documento será autenticado por membro da COPEL na sessão. Eventuais documentos a serem autenticados serão conferidos e autenticados com antecedência de 30 (trinta) minutos do horário para recebimento dos envelopes e abertura da sessão.

12. SUBCOMISSÃO TÉCNICA

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

12.2. As Propostas Técnicas serão analisadas e julgadas pela Subcomissão Técnica, composta por 03 (três) membros.

12.2.1. A escolha dos membros ocorreu por meio de sorteio, em sessão pública virtual, realizada em 15 de maio de 2020, e divulgada nas formas da Lei, sendo composta pelos membros constantes na Portaria nº 35/2020.

13. PROCESSAMENTO DAS SESSÕES

13.1. O certame será realizado em 4 (quatro) sessões públicas, observados os procedimentos previstos neste Edital e na legislação.



- 13.1.1. Todos os fatos relevantes, pertinentes ao objeto da Licitação, ocorridos durante a reunião de licitação serão registrados em ata circunstanciada.
- 13.2. A participação de representante de qualquer licitante ocorrerá mediante a prévia entrega de documento hábil, conforme estabelecido no subitem 2.5.1.
- 13.3. Os representantes das licitantes presentes poderão nomear comissão constituída de alguns entre eles para, em seu nome, tomar conhecimento e rubricar as Propostas Técnicas, de preço e os Documentos de Habilitação nas respectivas sessões públicas.
- 13.4. Aspectos puramente formais nas Propostas e nos Documentos de Habilitação apresentados pelas licitantes poderão ser relevados pela Comissão, se constantes dos documentos submetidos à análise e julgamento da Subcomissão Técnica, por esta subcomissão, desde que não firam o entendimento da proposta e o ato não acarrete violação aos princípios básicos da licitação.
- 13.5. Os integrantes da Subcomissão Técnica não poderão participar das sessões de recebimento e abertura dos Envelopes com as Propostas Técnica e de Preço.
- 13.6. A Comissão poderá alterar as datas ou as pautas das sessões, ou mesmo suspendê-las, em função do desenvolvimento dos trabalhos, obedecidas as normas legais aplicáveis.

PRIMEIRA SESSÃO

- 13.7. A abertura da sessão pública de licitação será realizada no dia, hora e local previsto os no preâmbulo deste Edital, sendo conduzida da seguinte forma:
 - I. Identificação dos representantes das licitantes, por meio do(s) documento(s) exigido(s) no subitem 2.5.1;
 - II. Apresentação à Comissão dos Envelopes nº 1, nº 2, nº 3 e nº 4;
 - III. Exame da conformidade dos Envelopes com as disposições deste Edital;
 - IV. Rubrica no fecho dos Envelopes nº 2 e nº 4 e subsequente acondicionamento destes Envelopes em receptáculo específico com rubrica no seu respectivo fecho pela Comissão e representantes das licitantes;
 - V. Abertura dos Envelopes nº 1 e nº 3, exame e rubrica de seus respectivos conteúdos pela Comissão e representantes das licitantes presentes.
- 13.7.1. Após o encerramento do prazo para recebimento dos Envelopes, o qual será declarado pela Comissão na sessão pública, nenhum outro Envelope, documento ou embalagem será recebido.
- 13.7.2. O Envelope nº 1, com a via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária, só será recebido pela Comissão se:
 - I. Não apresentar marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que, por si só, possibilite sua identificação ou a identificação da licitante antes da abertura do Envelope nº 2;
 - II. Não estiver danificado ou deformado pelas peças, material e ou demais documentos nele acondicionados de modo a possibilidade a identificação da licitante.
- 13.7.2.1. O não recebimento do Envelope nº 1 implica o não recebimento dos demais Envelopes da licitante e sua consequente desclassificação da



Concorrência.

- 13.7.3. A Comissão, antes da abertura dos Envelopes nº 1, adotará medidas para evitar que seus membros e/ou os representantes das licitantes possam, ainda que acidentalmente, identificar a autoria de algum Plano de Comunicação Publicitária.
- 13.7.4. A Comissão não lançará nenhum código, sinal ou marca nos Envelopes nº 1 nem nos documentos que compõem a via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária.
- 13.7.5. Se, ao examinar e/ou rubricar os conteúdos dos Envelopes nº 1 e nº 3, for constatada ocorrência que possibilite, inequivocamente, a identificação da autoria do Plano de Comunicação Publicitária, a Comissão desclassificará a licitante e ficará de posse de todos os seus Envelopes até que expire o prazo para recursos relativos a essa fase.
- 13.7.6. Os Envelopes nº 2 e nº 4 permanecerão fechados sob a guarda e responsabilidade da Comissão.
- 13.7.7. Abertos os Envelopes nº. 1 e nº 3, as licitantes não poderão desistir de suas Propostas, salvo por motivo justo decorrente de fato superveniente e aceito pela Comissão.
- 13.7.8. A análise e os trâmites administrativos pertinentes ao conteúdo dos Envelopes nº1 e nº 3 observarão os seguintes procedimentos:
- I. Encaminhamento, pela Comissão à Subcomissão Técnica, dos Envelopes nº 1, com as vias não identificadas do Plano de Comunicação Publicitária;
 - II. Análise individualizada e julgamento, pela subcomissão Técnica, das vias não identificadas do Plano de Comunicação Publicitária.
 - III. Elaboração e encaminhamento, pela Subcomissão Técnica à Comissão Especial, da ata de julgamento dos Planos de Comunicação Publicitária, de planilhas com as pontuações e de justificativa das razões que as fundamentaram em cada caso:
 - IV. Encaminhamento, pela Comissão à Subcomissão Técnica, dos Envelopes n. 3, com a Capacidade de Atendimento, o Repertório e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação;
 - V. Análise individualizada e julgamento, pela Subcomissão Técnica, da Capacidade de atendimento, do Repertório e dos relatos de Soluções de Problemas de Comunicação;
 - VI. Elaboração e encaminhamento, pela Subcomissão Técnica à Comissão, da ata de julgamento das Propostas referentes à Capacidade de Atendimento, ao Repertório e aos Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, de planilha com as pontuações e de justificativa das razões que as fundamentaram em cada caso.
- 13.7.9. Se alguma Proposta Técnica for desclassificada com fundamento no subitem 8.6, a Subcomissão Técnica atribuirá pontuação a cada quesito ou subquesito da Proposta e lançará sua pontuação em planilhas que ficarão acondicionadas em envelope fechado e rubricado no fecho pelos membros da Subcomissão Técnica, até que expire o prazo para recursos relativos a essa fase.
- 13.7.9.1. O disposto no subitem 13.7.9 não se aplica aos casos em que o descumprimento resulte na identificação da licitante antes da abertura dos Envelopes nº 2.



- 13.7.10. As planilhas previstas nos incisos III e VI do subitem 13.7.8 conterão, respectivamente, as pontuações de cada membro para cada subquesto do Plano de Comunicação Publicitária apresentado pelas licitantes e as pontuações de cada membro para os quesitos Capacidade de Atendimento, Repertório e Relato de Soluções de Problemas de Comunicação de cada licitante.

SEGUNDA SESSÃO

- 13.8. Após receber as atas de julgamento das Propostas Técnicas (Envelopes nº. 1 e nº 3), respectivas planilhas de julgamento e demais documentos elaborados pela Subcomissão Técnica, a Comissão convocará as licitantes para participar da segunda sessão pública, sendo conduzida da seguinte forma:

- I. Identificação dos representantes das licitantes presentes;
- II. Abertura do receptáculo contendo os Envelopes nº. 2 e nº 4;
- III. Abertura e rubrica do conteúdo dos Envelopes nº. 2 e rubrica no fecho do Envelope nº 4;
- IV. Cotejo das vias não identificadas (Envelope nº 1) com as vias identificadas (Envelope nº 2) do Plano de Comunicação Publicitária, para identificação de sua autoria;
- V. Elaboração da planilha geral com o somatório das pontuações atribuídas ao plano de comunicação publicitária e separadamente. Aos demais quesitos de cada Proposta Técnica;
- VI. Proclamação do resultado do julgamento geral da Proposta Técnica;
- VII. Informação de que o resultado do julgamento das Propostas Técnicas será divulgado na forma da lei, com a indicação dos licitantes classificados e dos desclassificados, em ordem decrescente de pontuação.

TERCEIRA SESSÃO

- 13.9. A Comissão convocará as licitantes classificadas para participar da terceira sessão pública, sendo conduzida da seguinte forma:

- I. Identificação dos representantes das licitantes presentes;
- II. Abertura dos Envelopes n. 4, exame e rubrica do seu conteúdo pela Comissão e representantes das licitantes presentes;
- III. Julgamento das Propostas de Preço com a identificação das Propostas de menores preços e divulgação do resultado aos representantes das licitantes presentes;
- IV. Declaração das agências classificadas, do julgamento final das Propostas, quais sejam, as licitantes que atingiram a pontuação mínima tanto na Proposta Técnica, quanto na Proposta de Preços, em ordem decrescente, considerando os valores das Notas Finais;
- V. Informação de que o resultado do julgamento final das Propostas será divulgado na forma da lei, com a indicação da ordem de classificação, de forma decrescente considerando os valores das Notas Finais.



QUARTA SESSÃO

- 13.10. A Comissão convocará as licitantes classificadas no julgamento final das Propostas, para participar da quarta sessão pública que será conduzida da seguinte forma:
- I. Identificação dos representantes das licitantes presentes;
 - II. Recebimento e abertura dos Envelopes nº 5, exame e rubrica do seu conteúdo pela Comissão e pelos representantes das licitantes presentes;
 - III. Informação de que o resultado da habilitação será divulgado na forma da lei, com a indicação do(s) proponente(s) habilitado(s) e inabilitado(s);
- 13.11. Na hipótese de todas as licitantes serem desclassificadas ou inabilitadas, a Comissão poderá fixar às licitantes o prazo de 8 (oito) dias úteis para apresentação de novo documento ou de outras propostas escoimadas das causas que tenham determinado, respectivamente, a desclassificação ou a inabilitação.
- 13.11.1. A nova documentação deve ser apresentada na forma prevista neste Edital, e entregue em sessão pública.
- 13.12. Decidida quanto à classificação e habilitação dos licitantes e declaração da vencedora do certame, será dada ciência aos interessados através de publicação no Diário Eletrônico Oficial que veicula os atos oficiais do Consórcio Intermunicipal Grande ABC.
- 13.13. Após a decisão das impugnações eventualmente apresentadas em relação à fase de classificação das propostas e declaração da vencedora do certame, ou caso não sejam apresentados recursos, a decisão final será submetida à autoridade competente.
- 13.14. Os envelopes das empresas desclassificadas ficarão à disposição das mesmas para retirada, mediante protocolo, pelo prazo de 30 (trinta) dias após conclusão do certame, findo este prazo, os envelopes serão destruídos.
- 13.15. Dúvidas que surgirem durante as sessões serão resolvidas pela Comissão Permanente de Licitações – COPEL, na presença dos Licitantes presentes ou relegadas para ulterior deliberação, a juízo do Presidente da COPEL, devendo o fato constar na ata, em ambos os casos.
- 13.16. A decisão final será submetida à apreciação da autoridade competente, para a devida Adjudicação e Homologação do objeto da licitação à Licitante vencedora.

14. CONTRATO OU INSTRUMENTO EQUIVALENTE

- 14.1. A adjudicatária será expressamente convocada para no prazo de até 05 (cinco) dias úteis assinar o contrato nos termos do Anexo VII, sob pena de decair o direito à contratação, sem prejuízo das sanções previstas no artigo 81 da Lei Federal nº 8.666/93 e posteriores alterações.
- 14.2. O prazo para assinatura do contrato poderá ser prorrogado por uma vez, desde que solicitado por escrito, antes do término do prazo previsto no subitem 14.1, sob alegação de motivo justo que poderá ou não ser aceito pela Administração.
- 14.3. Na hipótese de não atendimento à convocação a que se refere o item 14.1 ou havendo recusa em fazê-lo, fica facultado a Administração, desde que haja conveniência, proceder à adjudicação aos demais licitantes, observada a ordem



de classificação das propostas.

- 14.4. A Contratada prestará **GARANTIA DE FIEL EXECUÇÃO DO CONTRATO**, no montante correspondente a 5% (cinco por cento) do valor do contrato, no momento da assinatura do contrato, a qual permanecerá em poder do Consórcio Intermunicipal Grande ABC, durante o prazo contratual.
- 14.4.1. A garantia a ser prestada deverá ser em:
- I. caução em dinheiro ou em título da dívida pública;
 - II. seguro-garantia e;
 - III. fiança bancária.
- 14.4.2. Tratando-se de caução em dinheiro, o recolhimento deverá ser efetuado mediante depósito na conta corrente do Consórcio Intermunicipal Grande ABC, e será restituído, atualizado monetariamente, após o final do contrato decorrente do objeto desta Licitação.
- 14.4.3. Tratando-se de caução em títulos da dívida pública, os quais deverão ser de curso normal e legal no mercado, a entrega destes será efetuada na Diretoria Administrativa e Financeira do Consórcio Intermunicipal Grande ABC, que, após aceitação, providenciará, mediante guia específica, o recolhimento que indicará o nome do depositante, a natureza do compromisso assumido e o valor total.
- 14.4.3.1. O valor dos títulos, nos termos do subitem 14.4.3, será obtido adotando-se a cotação de mercado do dia imediatamente anterior à referida prestação.
- 14.4.4. Tratando-se de fiança bancária e/ou seguro-garantia deverá ser outorgada por Instituição Financeira e/ou Seguradora, conforme o caso, devendo constar o valor afiançado e/ou segurado em moeda corrente nacional, conter cláusulas de reajuste de acordo com o índice do IPC-FIPE, e de renúncia expressa pelo(a) fiador(a) e/ou segurador(a) aos benefícios de ordem previstos no artigo 827 do Código Civil.
- 14.4.5. O Consórcio Intermunicipal Grande ABC poderá descontar do valor da Garantia de Fiel Execução do Contrato, toda e qualquer importância que lhe for devida, a qualquer título, pelo licitante que vier a ser Contratado.
- 14.4.6. Se o desconto aludido no subitem anterior, efetuar-se no decorrer do prazo contratual, a garantia deverá ser reintegrada pelo licitante contratado, no prazo máximo de 03 (três) dias úteis, a contar da data do recebimento da notificação para este fim.
- 14.4.7. A perda da Garantia de Fiel Execução do Contrato dar-se-á de pleno direito, se vier a ocorrer a rescisão unilateral do contrato, em decorrência de inadimplemento contratual da licitante contratada.
- 14.4.8. A garantia prestada somente será liberada ou restituída após a execução do contrato, ou no caso de sua rescisão ocorrida por razões de interesse do Consórcio Intermunicipal Grande ABC.
- 14.5. No ato da assinatura do contrato pela empresa vencedora, esta deverá assinar o Termo de Ciência e Notificação - Anexo VIII.
- 14.6. Para instruir a formalização da contratação, o Contratado deverá providenciar e encaminhar a Administração, no prazo de 02 (dois) dias úteis, a partir da data da convocação, as certidões que comprovem a regularidade relativa à Seguridade Social (INSS), ao Fundo de Garantia por Tempo de Serviço (FGTS) e a de Regularidade Trabalhista (CNDT), válidas, sob pena de não ocorrer a



contratação.

- 14.7. A Contratada está obrigada a aceitar nas mesmas condições contratuais, os acréscimos e supressões até 25% do valor inicial atualizado do contrato ou da nota de empenho.
- 14.8. A execução do objeto contratado deverá obedecer à legislação que rege a matéria, bem como, as disposições dos órgãos regulamentadores.

15. SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

- 15.1. São aplicáveis as sanções previstas na Lei Federal nº 8.666/93, com as alterações posteriores, e demais normas pertinentes, a seguir indicadas:
 - I. Advertência;
 - II. Multa;
 - III. Suspensão temporária do direito de participar em licitação e impedimento de contratar com Consórcio Intermunicipal Grande ABC, nos termos indicados no subitem 15.11;
 - IV. Declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com a Administração Pública;
- 15.2. A multa pela recusa da adjudicatária em assinar o Contrato ou em retirar o instrumento equivalente, dentro do prazo estabelecido neste Edital será de 10% (dez por cento) do valor da proposta comercial, sem prejuízo da aplicação da pena de suspensão temporária do direito de licitar e contratar com o Consórcio Intermunicipal Grande ABC, pelo prazo de até 2 (dois) anos.
- 15.3. Multa por atraso: 1% (um por cento) por dia sobre o valor da parcela em atraso, até o limite de 10% (dez por cento), podendo a Administração, a partir do 10º dia, considerar rescindido o Contrato, sem prejuízo das demais sanções cabíveis.
- 15.4. Multa por inexecução parcial do Contrato: 10% (dez por cento) sobre o valor da parcela inexecutada.
- 15.5. Multa por inexecução total do Contrato: 20% (vinte por cento) sobre o valor total do Contrato.
- 15.6. Multa de 10% (dez por cento), por descumprimento de quaisquer das obrigações decorrentes do ajuste, que não estejam previstas nos subitens acima, a qual incidirá sobre o valor total do Contrato.
- 15.7. As penalidades são independentes e a aplicação de uma não exclui a das outras, quando cabíveis.
- 15.8. Constatada a inexecução contratual ou a hipótese do subitem 15.2, será a Contratada intimada da intenção do Consórcio Intermunicipal Grande ABC quanto à aplicação da penalidade, concedendo-se prazo para interposição de defesa prévia, nos termos do art. 87, §2º e §3º da Lei 8.666/93.
- 15.9. Não sendo apresentada a defesa prévia pela Contratada ou havendo o indeferimento da mesma quando interposta, a Administração providenciará a notificação da Contratada quanto à aplicação da penalidade, abrindo-se prazo para interposição de recurso administrativo, nos termos do artigo 109, I, "f" da Lei no 8.666/93.
- 15.10. Decorridas as fases anteriores, o prazo para pagamento das multas será de 3 (três) dias úteis a contar da intimação da Contratada. A critério do Consórcio Intermunicipal Grande ABC e sendo possível, o valor devido será descontado da



garantia prestada, ou sendo esta insuficiente, será descontado dos pagamentos eventualmente devidos pela Administração. Não havendo tais possibilidades, o valor será inscrito em dívida ativa, sujeitando a devedora a processo executivo.

- 15.11. Sem prejuízo da aplicação de outras penalidades cabíveis, a empresa que, convocada dentro do prazo de validade de sua proposta, não celebrar o Contrato ou deixar de retirar o instrumento equivalente, deixar de entregar documentação exigida para a sessão pública ou apresentar documentação falsa, ensejar o retardamento da execução de seu objeto, não mantiver a proposta, falhar ou fraudar na execução do contrato, comportar-se de modo inidôneo ou cometer fraude fiscal, ficará impedida de licitar e contratar com o Consórcio Intermunicipal Grande ABC, pelo prazo de até 2 (dois) anos, sem prejuízo das multas previstas em Edital, no Contrato e nas demais cominações legais.
- 15.12. A inexecução parcial ou total do contrato poderá ensejar sua rescisão, nos casos previstos no art. 78, no modo previsto pelo art. 79, com as consequências previstas no art. 80, todos da Lei 8.666/93 e alterações posteriores.

16. ESCLARECIMENTOS, IMPUGNAÇÕES E RECURSOS ADMINISTRATIVOS

- 16.1. Quaisquer esclarecimentos ou informações relativas a esta licitação serão prestadas, mediante solicitação dirigida a Comissão Permanente de Licitações – COPEL com identificação do número do Processo e número da Concorrência Pública, no prazo de até 05 (Cinco) dias úteis antes da data prevista para abertura da sessão pública, através do e-mail: licitacao@consorcioabc.sp.gov.br, ou documento protocolado na DIRETORIA ADMINISTRATIVA E FINANCEIRA do Consórcio Intermunicipal Grande ABC, situado na Avenida Ramiro Colleoni, 05 – Centro – Santo André/ SP, de segunda a sexta-feira, no horário das 9:00 às 16:00 horas.
- 16.1.1. Não serão aceitos pedidos de informações ou questionamentos verbais ou por ligação telefônica.
- 16.2. As impugnações ao edital serão recebidas em até **05 (Cinco) dias úteis** anteriores à data de abertura dos envelopes, mediante documento protocolado dirigido a Comissão Permanente de Licitações – COPEL com identificação do número do Processo e número da Concorrência Pública, devendo ser protocolado na DIRETORIA ADMINISTRATIVA E FINANCEIRA do Consórcio Intermunicipal Grande ABC, conforme endereço no item 16.1 acima.
- 16.3. Eventuais interposições de recursos contra decisões proferidas pela COPEL deverão obedecer ao disposto no artigo 109 da Lei 8.666/1993, mediante documento dirigido a Comissão Permanente de Licitações – COPEL devendo ser protocolado na DIRETORIA ADMINISTRATIVA E FINANCEIRA do Consórcio Intermunicipal Grande ABC conforme endereço no item 16.1 acima.

17. DISPOSIÇÕES GERAIS

- 17.1. A participação no presente certame pelo Licitante implica na aceitação plena e total de todos os termos do presente Edital e de seus Anexos, respeitado o disposto no artigo 41, § 2º da Lei Federal no 8.666/93, sujeitando-se o licitante às sanções previstas neste edital e ainda, nos artigos 86 a 88, da Lei Federal nº. 8.666/93 e alterações posteriores.
- 17.1.1. Os Licitantes são responsáveis pela fidelidade e legitimidade das informações e dos documentos apresentados; bem como assumem todos os custos de preparação e apresentação de suas propostas e o Administração



não será, em nenhum caso, responsável por esses custos, independentemente da condução ou do resultado do processo licitatório.

- 17.2. É facultado a Comissão Permanente de Licitações – COPEL proceder em qualquer fase da licitação, diligências destinadas a esclarecer ou a complementar a instrução do processo, vedada a inclusão posterior de documento ou informação que deveria constar originalmente da proposta.
- 17.3. Fica assegurado ao Consórcio Intermunicipal Grande ABC o direito de, no interesse da Administração, invalidar ou revogar, a qualquer tempo, no todo ou em parte a presente licitação, sem que caiba indenização de qualquer espécie, mediante despacho devidamente motivado exarado pelo Exmo. Sr. Presidente, dando ciência às interessadas, na forma da legislação vigente.
- 17.4. A Contratante não aceitará, sob nenhum pretexto, a transferência, cessão ou subcontratação de responsabilidade do Contratado, sem prévia anuência.
- 17.5. A comunicação dos atos subsequentes à sessão pública aos proponentes ocorrerá mediante publicação no Diário Eletrônico que veicula os atos oficiais Consórcio Intermunicipal Grande ABC.
- 17.6. O foro da Comarca de Santo André é o competente para dirimir quaisquer questões judiciais advindas do presente Edital.

18. ANEXOS

- 18.1. Este edital contém as CONDIÇÕES GERAIS do procedimento licitatório que, em conjunto com os elementos específicos contidos nos Anexos a seguir indicados, que o integram, regerão a presente licitação e posterior contratação.

Anexo I – Termo de Referência;

Anexo I.A – Briefing;

Anexo I.B - Tabela Referencial de Custos Internos emitida pelo SINAPRO/SP;

Anexo II – Modelo de Declaração de plena concordância ao exigido no edital;

Anexo III – Modelo de Declaração de Regularidade perante o Ministério do Trabalho;

Anexo IV – Modelo de Declaração de Inexistência de Fato Impeditivo;

Anexo V – Modelo de Declaração de Microempresa ou Empresa de Pequeno Porte;

Anexo VI – Modelo de Proposta de Preços;

Anexo VII – Minuta do Termo de Contrato;

Anexo VIII - Termo de Ciência e Notificação.

Santo André, 30 de Julho de 2020.

Edgard Brandão Junior
Secretário Executivo



**ANEXO I –
TERMO DE REFERÊNCIA
DESCRIÇÃO DO OBJETO E DEMAIS CONDIÇÕES**

1. DADOS DA LICITAÇÃO

1.1. Processo nº:024/2020

1.2. Concorrência Pública nº **001/2020**

1.3. Data da Abertura: **18/09/2020**

1.4. Horário da Abertura: **10:00 horas**

1.5. Local: Diretoria Administrativa e Financeira do Consórcio Intermunicipal Grande ABC, sito a Avenida Ramiro Colleoni nº 05, Centro – Santo André/SP.

2. OBJETO

2.1. Constitui o objeto desta Concorrência Pública a prestação de serviços de publicidade, conforme Lei Federal 12.232/2010, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade de natureza institucional de interesse do Consórcio Intermunicipal Grande ABC.

Lote Único PUBLICIDADE INSTITUCIONAL

Valor: R\$ 3.000.000,00 (três milhões de reais)

2.1.1 Também integram o objeto desta contratação, como atividades complementares, os serviços especializados pertinentes:

- a) Ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento relativos à execução do contrato;
- b) À criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinada a expandir os efeitos das mensagens e das ações publicitárias, em consonância com novas tecnologias;
- c) À produção e à execução técnica das peças e ou projetos criados pela agência contratada.

2.1.1.1. As pesquisas e outros instrumentos de avaliação previstos na alínea 'a' do subitem 2.1.1 terão a finalidade específica de:

- a) Gerar conhecimento sobre o ambiente de atuação do Consórcio Intermunicipal Grande ABC o público-alvo e os veículos de divulgação nos quais serão



- difundidas as campanhas ou peças;
- b) Aferir o desenvolvimento estratégico, a criação e a divulgação de mensagens;
 - c) Possibilitar a mensuração dos resultados das campanhas ou peças publicitárias realizadas em decorrência da execução do contrato.
- 2.1.1.2. É vedada a inclusão nas pesquisas e avaliações previstas na alínea “a” do subitem 2.1.1 de matéria estranha ou que não guarde pertinência temática com a ação publicitária ou com o objeto do contrato de prestação de serviços de publicidade.
- 2.1.2 Os serviços previstos no objeto a ser licitado não abrangem as atividades de assessoria de comunicação, imprensa e relações públicas e a realização de eventos festivos de qualquer natureza, projetos de ambientação e decoração, montagem de estandes em feiras e exposições e serviços correlatos, viabilização de cotas de patrocínio para divulgação de projetos social, cultural e esportivo e merchandising com apoio do Consórcio Intermunicipal Grande ABC e atividades de desenvolvimento e implantação de serviços para internet, conforme regulamenta a Lei Federal nº 12.232/2010, em seu artigo 2º, §2º.
- 2.1.3 Não se incluem no conceito de patrocínio mencionado no subitem precedente o patrocínio de mídia, ou seja, de projetos de veiculação em mídia ou em instalações, dispositivos e engenhos que funcionem como veículo de comunicação e o patrocínio da transmissão de eventos esportivos, culturais ou de entretenimento, **comercializados por veículo de comunicação.**
- 2.1.4 Os serviços abrangem as ações de publicidade institucional e de utilidade pública, sobre todos os assuntos e temas de competência ou interesse do Consórcio Intermunicipal Grande ABC.
- 2.2. Para a prestação dos serviços de publicidade será CONTRATADA 01(uma) agência de propaganda, doravante denominada agência, licitante ou CONTRATADA.
- 2.2.1 Os serviços serão contratados com agência de propaganda cujas atividades sejam disciplinadas pela Lei no 4.680/1965 e que tenha obtido certificado de qualificação técnica de funcionamento, nos termos do art. 4º da Lei nº 12.232/2010.
- 2.2.2 A agência atuará por ordem e conta do Consórcio Intermunicipal Grande ABC em conformidade com o art. 3º da Lei nº 4.680/1965, na contratação de fornecedores de bens e serviços especializados, para a execução das atividades complementares de que trata o subitem 2.1.1, e de veículos e demais meios de divulgação, para a veiculação de mensagens publicitárias.
- 2.2.3 A agência não poderá subcontratar outra agência de propaganda para a execução de serviços previstos no item 2.1.
- 2.2.4 A agência atuará de acordo com solicitação do Consórcio Intermunicipal Grande ABC.
- 2.3. O produto final decorrente da execução do objeto desta contratação será propriedade do Consórcio Intermunicipal Grande ABC sendo, portanto, proibida a sua divulgação após o término do contrato, por qualquer meio ou sua reprodução total ou parcial sem expressa autorização, ficando a CONTRATADA sujeita às penalidades aplicáveis, ressalvados os direitos de terceiros.



3. VIGÊNCIA E CONDIÇÕES DE EXECUÇÃO

3.1. O presente contrato terá vigência de 12 (Doze) meses contados a partir do recebimento da Ordem de Serviços pela Contratada, podendo ser prorrogado nos termos do art. 57 da Lei 8.666/93.

3.2. Da forma de execução dos trabalhos

3.2.1 Os serviços deverão ser executados e entregues, conforme venham a ser solicitados pelo do Consórcio Intermunicipal Grande ABC no prazo estabelecido na Ordem de Execução de Serviços, a contar da emissão da mesma.

3.2.2 Todos os serviços a serem prestados pela CONTRATADA deverão ser precedidos da apresentação do competente projeto de apropriação de custos, o qual, após aprovação, gerará a expedição de Ordem de Execução de Serviços;

3.2.3 Todos os serviços realizados serão documentados através da apresentação dos respectivos comprovantes de produção/veiculação, cópias das faturas e duplicatas quitadas, emitidas pelos fornecedores e veículos;

3.2.4 Os serviços serão executados pela CONTRATADA, fornecedores e veículos, sendo permitida a contratação dos SERVIÇOS COMPLEMENTARES e de divulgação necessários ao cumprimento do objeto licitado;

3.2.5 Somente pessoas físicas ou jurídicas previamente cadastradas pela CONTRATANTE poderão fornecer à CONTRATADA bens ou serviços especializados relacionados com as atividades complementares da execução do objeto do contrato, nos termos do §1º do art. 2º da Lei no 12.232/2010.

3.2.5.1 O fornecimento de bens ou serviços especializados na conformidade do previsto no subitem anterior exigirá sempre a apresentação pela CONTRATADA ao CONTRATANTE de 3 (três) orçamentos obtidos no ramo do fornecimento pretendido.

3.2.5.2 No caso do subitem acima, a CONTRATADA procederá à coleta de orçamentos de fornecedores em envelopes fechados, que serão abertos em sessão pública, convocada e realizada sob fiscalização do CONTRATANTE, sempre que o fornecimento de bens ou serviços tiver valor superior a 0,5% (meio por cento) do valor global do contrato.

3.2.5.3 O fornecimento de bens ou serviços de valor igual ou inferior a 20% (vinte por cento) do limite previsto na alínea "a" do inciso II do art. 23 da Lei no 8.666/1993, está dispensado do procedimento previsto no subitem anterior.

3.2.6 As informações sobre a execução do contrato serão divulgadas no Portal da Transparência, garantido o livre acesso às informações por quaisquer interessados.

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

3.2.8 A agência 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.

3.2.9 Quanto aos DIREITOS AUTORAIS, serão observadas as seguintes disposições:



- a) A CONTRATADA cede à CONTRATANTE, de forma total e definitiva, os direitos patrimoniais de uso de ideias (incluídos os estudos, análises e planos), peças (material gráfico, eletrônico e multimídia), softwares, cds, composições, arranjos, execução de trilha sonora e jingles, animação, pantomima, publicações editoriais e quaisquer outras assemelhadas), de sua propriedade, concebidas, criadas e produzidas em decorrência deste contrato, ressalvados os direitos de terceiros.
- b) A cessão de que trata a alínea anterior “a” será por tempo indeterminado, ficando vedada à CONTRATADA a cobrança de qualquer remuneração adicional ou especial, durante a vigência do contrato e ou mesmo após o seu término.
- c) A CONTRATANTE poderá, a seu critério, utilizar os direitos cedidos, diretamente ou através de terceiros, com ou sem modificações, após a vigência do contrato, inclusive em caso de rescisão, não cabendo à CONTRATADA qualquer espécie de remuneração.
- d) A juízo da CONTRATANTE, as peças criadas pela CONTRATADA poderão ser reutilizadas por outros órgãos ou entidades do Consórcio Intermunicipal Grande ABC, sem que caiba a eles ou à CONTRATANTE qualquer ônus perante a CONTRATADA.
- e) Caberá a esses órgãos ou entidades, diretamente ou por intermédio das agências de propaganda com que mantenham contrato, quando couber, efetuar o acordo comercial com os eventuais detentores dos direitos de autor e conexos relacionados com a produção externa das peças a serem reutilizadas.
- f) Com vistas às contratações para a execução de serviços que envolvam direitos de autor e conexos, a CONTRATADA solicitará aos fornecedores orçamentos que prevejam a cessão dos respectivos direitos patrimoniais pelo prazo definido pela CONTRATANTE.
- g) A CONTRATADA utilizará os trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos de autor e conexos dentro dos limites estipulados no respectivo ato de cessão e condicionará a contratação ao estabelecimento, no ato de cessão, orçamento ou contrato, de cláusulas em que o fornecedor garanta a cessão pelo prazo definido pela CONTRATANTE em cada caso e se declare ciente e de acordo com as condições estabelecidas nas alíneas “h” e “i” seguintes.
- h) Na reutilização de peças por período igual ao inicialmente ajustado, o percentual a ser pago pela CONTRATANTE em relação ao valor original dos direitos patrimoniais de autor e conexos será de no máximo 50% (cinquenta por cento). Para a reutilização por períodos inferiores, o percentual máximo será obtido pela regra de três simples.
- i) 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 CONTRATANTE aos detentores dos direitos patrimoniais de autor e conexos dessas obras, será de no máximo 50% (cinquenta por cento). Para a reutilização por períodos inferiores, o percentual máximo será obtido pela regra de três simples.

4. DAS CONDIÇÕES DE RECEBIMENTO DO OBJETO

- 4.1 O pagamento será efetuado pela CONTRATANTE, através de depósito bancário, em conta corrente da CONTRATADA, incumbindo à CONTRATADA, o pagamento dos Fornecedores de Serviços Complementares e Veículos, por ela contratados por ordem e conta da CONTRATANTE. O pagamento à CONTRATADA ocorrerá



em até 10 (dez) dias úteis do mês seguinte ao da prestação do serviço, ficando condicionado a execução dos serviços e terá as parcelas apuradas mensalmente que corresponderão aos serviços atestados efetivamente no período de cada mês civil, mediante a apresentação da Nota Fiscal/Fatura, acompanhada das Notas Fiscais/Faturas emitidas por Fornecedores e Veículos contra a CONTRATANTE, e atesto do gestor técnico da contratação, designado pela CONTRATANTE.

- 4.2. A CONTRATADA efetuará o pagamento aos fornecedores e veículos, no prazo determinado pela CONTRATANTE, e sobre ele emitirá relatório comprovando a realização dos pagamentos juntos aos mesmos, para ciência da CONTRATANTE.

5. CONDIÇÕES DE REMUNERAÇÃO

- 5.1. Pelos serviços prestados, a CONTRATADA será remunerada da seguinte forma:

- a) Percentual de desconto sobre os custos internos, baseados na tabela de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de São Paulo-SINAPRO/SP, conforme a proposta apresentada pela licitante vencedora;
- b) Honorários (em percentual) de até 10% (dez por cento), conforme constante na proposta, a serem cobrados do Consórcio Intermunicipal Grande ABC, incidente sobre os custos comprovados de outros serviços, cuja produção seja incumbida a terceiros sob a supervisão da CONTRATADA, referentes à peça e/ou material cuja distribuição não proporcione à licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965.

- 5.2. Na reutilização de peças publicitárias por período igual ao inicialmente pactuado, o percentual sobre o cachê original a ser pago pela CONTRATANTE a atores, modelos e locutores, pelos direitos de uso de imagem e som de voz, será de no máximo 50% (cinquenta por cento).

6. DESCONTO DE AGÊNCIA

- 6.1 Além da remuneração prevista no item 6, a **CONTRATADA**, fará jus ao desconto de agência concedido pelos Veículos e demais meios de divulgação, em conformidade com a Lei Federal nº 4.680/65, Lei Federal nº 12.232/2010, Decreto Federal nº 57.690/66, alterado pelo Decreto Federal n.º 4.563/2002.

7. VALOR E DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA

- 7.1. O valor total estimado para a contratação é de **R\$ 3.000.000,00 (três milhões de reais)**.
- 7.2. As despesas com a execução do objeto deste Edital onerarão a dotação consignada no orçamento deste Exercício nº 19.01.001.2004.3.3.90.39.88.41000 000 e em orçamento(s) futuro(s), quando necessário.

8. OBRIGAÇÕES E RESPONSABILIDADES DAS PARTES

- 8.1. São obrigações da CONTRATADA:

- a) Cumprir as especificações, procedimentos e prazos estabelecidos no presente instrumento e em sua respectiva proposta.



-
- b) Manter, durante a vigência do contrato, todas as condições de habilitação e qualificação exigidas na licitação.
 - c) Indicar ao Consórcio o nome de seu preposto para manter entendimentos e receber comunicações, ou transmiti-las à fiscalização do presente objeto.

8.2. São obrigações da CONTRATANTE:

- a) Indicar representante para fiscalizar e acompanhar os serviços objeto do presente instrumento;
- b) Prestar todas as informações ou esclarecimentos solicitados pela CONTRATADA que sejam necessários ao bom andamento dos serviços;
- c) Fiscalizar e Exigir o cumprimento de todos os compromissos assumidos pela CONTRATADA, nos termos da proposta apresentada e de acordo com as cláusulas contratuais;
- d) Comunicar à CONTRATADA, por escrito, as possíveis irregularidades detectadas na execução dos serviços;
- e) Cumprir todos os compromissos financeiros assumidos com a CONTRATADA.



ANEXO I.A -

BRIEFING

HISTÓRICO DO CONSÓRCIO INTERMUNICIPAL GRANDE ABC

O Consórcio Intermunicipal Grande ABC é a entidade que reúne os sete municípios que formam a região do ABC Paulista, e tem sua vocação voltada ao setor industrial. É o órgão que planeja e articula políticas públicas de caráter regional.

Foi fundada em 1990 por Santo André, São Bernardo do Campo, São Caetano do Sul, Diadema, Mauá, Ribeirão Pires e Rio Grande da Serra. Transformou-se, em 2010, no primeiro Consórcio Público do País. A nova constituição jurídica possibilitou avançar em ações de cunho regional, inclusive a possibilidade de licitar obras e demais projetos regionais, bem como receber recursos do Estado e do Governo Federal. É mantido com orçamento dos sete municípios.

Em 2020, completa 30 anos de atividades que visam à defesa dos interesses dos municípios do Grande ABC, promovendo, por meio de debates entre grupos técnicos, a formulação de propostas para a melhoria da qualidade de vida dos 2,8 milhões de habitantes da região, divididas nos 828 km² de extensão territorial.

O ABC possui localização privilegiada, está próximo ao Porto de Santos e à capital, além de possuir fácil acesso às rodovias Anchieta e Imigrantes, ao Rodoanel e à rede ferroviária e os aeroportos de Congonhas e de Guarulhos.

Representa, ainda, um dos maiores mercados consumidores do país. Se o Grande ABC fosse um município, seria a 4^a maior cidade em Produto Interno Bruto (PIB) do país com R\$ 114,8 bilhões de riquezas geradas em 2013 (IBGE/2013). Sob este olhar, ficaria atrás apenas das capitais: São Paulo, Rio de Janeiro e Brasília. No Estado, apenas a capital paulista teria PIB mais elevado que o do conjunto dos sete municípios do ABC Paulista.

O PIB Industrial é de cerca de R\$ 29,7 bilhões, sendo o 2^o do Estado (atrás apenas de São Paulo) e o 3^o do país (superado apenas pela capital paulista e por Campos dos Goytacazes). O setor industrial ainda representa fatia considerável no desenvolvimento socioeconômico da região.

FORTALECIMENTO DA IMAGEM

Ao completar 30 anos de atividades no Grande ABC paulista, o Consórcio Intermunicipal é instituição secundária do ponto de vista de reconhecimento da comunidade da região nos resultados obtidos por sua atuação, visto que o protagonismo das decisões são dissipadas nas gestões municipais, ficando a instituição em segundo plano no tocante à formulação efetiva das políticas gerenciadas pela entidade.

Há, necessidade, portanto, de apresentar à população da região quais foram as realizações conquistadas pelo Consórcio Intermunicipal ao longo das três décadas de atividades. Trata-se uma linha do tempo que permitirá ao morador da região receber informações transparentes do processo de evolução do ABC, em consonância com as ações promovidas pela entidade.

Em síntese, é necessário apresentar esses dados e políticas públicas de modo que se observe a importância desse órgão regional, por exemplo, em investimentos obtidos em ações de Saúde, Moradia, Sustentabilidade (Resíduos Sólidos e Meio Ambiente), Combate às Enchentes, Mobilidade e Desenvolvimento Regional, vertentes da gestão pública que devem ser tratadas em consonância com



todos os municípios.

Ainda que os grandes conglomerados urbanos possuam diversas deficiências de ordem técnica, seja por falta de recursos, dificuldades de interlocução entre os entes da federação e a própria conjuntura econômica nacional e local, os avanços apresentados pelo Consórcio foram significativos nos últimos 30 anos. Partindo desse cenário de realizações, há necessidade urgente de projetar as próximas décadas de desenvolvimento do Grande ABC Paulista.

DESAFIOS FRENTE À COVID-19

Frente à pandemia do coronavírus, este cenário tornou-se ainda mais desafiador. Estudos apontam que a queda das receitas dos municípios do Brasil pode chegar a 20%. No Grande ABC não é diferente, pois a região sentirá a redução dos orçamentos e, por consequência, precisará se adequar à situação para atravessar este momento de maneira menos impactante possível. Mas não só isso. Será fundamental executar gestão eficiente capaz de mitigar as trágicas sequelas na economia, por meio de um Plano de Desenvolvimento Regional, que integre as necessidades dos sete municípios.

OBJETIVOS DA CAMPANHA FRENTE AOS PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO

A campanha publicitária proposta deve abarcar três objetivos principais, que são os problemas de comunicação a serem enfrentados, e deve evidenciar a união das sete cidades:

1. O fortalecimento da imagem do Consórcio Intermunicipal Grande ABC como entidade resolutiva dos problemas da ordem da gestão pública em seus diversos segmentos de atuação;
2. A apresentação de suas realizações ao longo dos 30 anos de atuação na formulação e desenvolvimento de políticas públicas;
3. Os desafios que precisarão ser encarados perante a pandemia do coronavírus, visto a redução do poder de investimento e a produção de um Plano de Contingência Econômico do Grande ABC, que estabeleça o Desenvolvimento Regional.

VERBA

Para os desafios de comunicação apresentados, disponibilizamos o valor de R\$ 1 milhão.

DURAÇÃO DA CAMPANHA

60 dias.

AÇÕES

- Criação de peças e materiais para veiculação em mídias impressa, eletrônica, digital, web e televisiva



ANEXO I. B
TABELA REFERENCIAL DE CUSTOS INTERNOS EMITIDA PELO SINAPRO/SP



ANEXO II**MODELO DE DECLARAÇÃO DE PLENA CONCORDÂNCIA AO EXIGIDO NO EDITAL**

Ao

Consórcio Intermunicipal Grande ABC

COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÕES – COPEL

SR(A). PRESIDENTE,

O Licitante _____ com sede em _____, inscrito no CNPJ (MF) sob o nº _____, representado legalmente neste ato pelo(a) Sr.(a) _____, (Cargo) _____, portador(a) da Cédula de Identidade RG nº _____, e inscrito(a) no CPF sob o nº _____, **declara** que:

1. Cumpre integralmente os requisitos de habilitação constante do Edital.
2. Sujeita-se a todas as condições deste edital;
3. Responderá pela veracidade de todas as informações constantes da documentação e das propostas apresentadas;
4. Tem pleno conhecimento das condições gerais e particulares da prestação dos serviços do objeto da licitação;
5. Caso seja declarado vencedor do certame, assumirá inteira responsabilidade pelos serviços, bem como pelos demais encargos derivados da contratação;

(local data)

Razão Social da Empresa
Nome do Responsável/Procurador
Cargo do Responsável/Procurador
Nº. Documento identidade



ANEXO III**MODELO DE DECLARAÇÃO DE REGULARIDADE PERANTE O MINISTÉRIO DO TRABALHO**

Ao

Consórcio Intermunicipal Grande ABC

COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÕES – COPEL

SR(A). PRESIDENTE,

O Licitante _____ com sede em _____, inscrito no CNPJ (MF) sob o nº _____, representado legalmente neste ato pelo(a) Sr.(a) _____, (Cargo) _____, portador(a) da Cédula de Identidade RG nº _____, e inscrito(a) no CPF sob o nº _____, **declara**, para fins do disposto no Inciso V do Artigo 27 da Lei Federal nº 8.666 de 21/06/1993, acrescido pela Lei Federal nº 9.854 de 27/10/1999, que está em situação regular perante o Ministério do Trabalho, uma vez que cumpre as disposições impostas pelo inciso XXXIII, do Artigo 7º, da Constituição Federal.

(local data)

Razão Social da Empresa
Nome do Responsável/Procurador
Cargo do Responsável/Procurador
Nº. Documento identidade



ANEXO IV
MODELO DE DECLARAÇÃO DE INEXISTÊNCIA DE FATO IMPEDITIVO

Ao

Consórcio Intermunicipal Grande ABC

COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÕES – COPEL

SR(A). PRESIDENTE,

O Licitante _____ com sede em _____, inscrito no CNPJ (MF) sob o nº _____, representado legalmente neste ato pelo(a) Sr.(a) _____, (Cargo) _____, portador(a) da Cédula de Identidade RG nº _____, e inscrito(a) no CPF sob o nº _____, **declara**, sob as penas da Lei, que inexistem fatos impeditivos à habilitação e participação no referido certame, satisfeitas as exigências contidas no art. 27, da Lei nº. 8666/93 e suas posteriores alterações, bem como no Edital e seus anexos.

(local data)

Razão Social da Empresa
Nome do Responsável/Procurador
Cargo do Responsável/Procurador
Nº. Documento identidade



ANEXO V**PARA AS MICROEMPRESAS E EMPRESAS DE PEQUENO PORTE****MODELO DE DECLARAÇÃO DE MICROEMPRESA OU EMPRESA DE PEQUENO PORTE**

Ao

Consórcio Intermunicipal Grande ABC

COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÕES – COPEL

SR(A). PRESIDENTE,

A Microempresa (ME) **ou** Empresa de Pequeno Porte (EPP) _____, com sede na _____, inscrita no CNPJ (MF) sob o nº _____, representada legalmente neste ato pelo(a) Sr.(a) _____, (Cargo) _____, portador(a) da Cédula de Identidade RG nº _____, e inscrito(a) no CPF sob o nº _____, **declara**, nos termos do enquadramento previsto na Lei Complementar nº 123, de 14 de dezembro de 2006 e alteração, estar apta a exercer o direito previsto na referida Lei, no procedimento licitatório da Concorrência Pública nº _____, realizada pelo Consórcio Intermunicipal Grande ABC, e que sua receita bruta anual não excederá, neste exercício, o limite fixado no artigo 3º da Lei Complementar 123/06, e que não se enquadra em qualquer das hipóteses de exclusão relacionadas na mesma legislação.

(local data)

Razão Social da Empresa
Nome do Responsável/Procurador
Cargo do Responsável/Procurador
Nº. Documento identidade



ANEXO VI

MODELO DE PROPOSTA COMERCIAL

PROCESSO Nº 24/2020

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº. 01/2020.

OBJETO: CONTRATAÇÃO DE AGÊNCIA DE PROPAGANDA E PUBLICIDADE PARA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS PUBLICITÁRIOS PARA O CONSÓRCIO INTERMUNICIPAL GRANDE ABC.

Concorrência nº: ___/2020	Data Abertura: ___/___/2020	Horário: __:00 h
Nome da Empresa/ Razão Social:		
Endereço eletrônico:		
E-mail:		
Endereço:	Nº.	Bairro:
Cidade:	Estado:	CEP:
CNPJ Nº:	Fone/fax:	Inscrição Estadual:

Dados Bancários para pagamento:		
Banco: _____ - nº ___ / Agência: _____ / Conta Corrente: _____		
Dados da pessoa que assinará o Contrato:		
Nome:	Cargo:	RG nº: CPF nº:
Data de Nascimento:	Endereço residencial completo:	
E-mail institucional :	E-mail pessoal:	Telefone(s):

Serviço	%
Percentual de desconto máximo de 60% (sessenta por cento), a ser concedido, sobre os CUSTOS INTERNOS, baseados na Tabela Referencial de Preços do Sindicato das Agências de Publicidade do Estado de São Paulo – Sinapro/SP	
Honorários (em percentual) de até 10% (dez por cento), a serem incidentes sobre os custos comprovados de outros serviços, cuja produção seja incumbida a terceiros sob a supervisão da CONTRATADA, referentes à peça e/ou material cuja distribuição não proporcione à licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965.	

Prazo de validade da proposta de no mínimo 60 (sessenta) dias.

Prazo de execução dos serviços: 12 meses, podendo ser prorrogado nos termos do art. 57 da Lei 8.666/93.



Declaramos que estamos cientes e aceitamos todas as exigências, normas e prazos estabelecidos neste edital e seus Anexos.

(local data)

Razão Social da Empresa
Nome do Responsável/Procurador
Cargo do Responsável/Procurador
Nº. Documento identidade



ANEXO VII
MINUTA DO CONTRATO Nº ____/2020.

Termo de Contrato que entre si celebram o **CONSÓRCIO INTERMUNICIPAL GRANDE ABC** e a empresa _____, que tem por objeto a **CONTRATAÇÃO DE AGÊNCIA DE PROPAGANDA E PUBLICIDADE PARA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS PUBLICITÁRIOS PARA O CONSÓRCIO INTERMUNICIPAL GRANDE ABC.**, decorrente do Processo de Compras nº 024/2020 – Concorrência Pública nº 01/2020.

Aos __ (_____) dias do mês de _____ de 2020, na sede do Consórcio Intermunicipal Grande ABC, compareceram as partes entre si, justas e contratadas, de um lado o **CONSÓRCIO INTERMUNICIPAL DO GRANDE ABC**, pessoa jurídica de direito público, inscrita no CNPJ/MF sob nº 58.151.580/0001-06, com sede na Avenida Ramiro Colleoni, 05, Centro, Cidade de Santo André – Estado de São Paulo, neste ato representado por seu Presidente, o Prefeito do Município de Rio Grande da Serra, **LUIS GABRIEL FERNANDES DA SILVEIRA**, brasileiro, casado, engenheiro, portador da Cédula de Identidade RG nº. _____, inscrito no CPF/MF sob o nº. _____, doravante denominado, simplesmente **“CONTRATANTE”** e, de outro lado, a empresa _____, com sede na _____, nº. _____, Bairro _____, Cidade _____, Estado _____, inscrita no CNPJ/MF sob o nº. _____, Inscrição Estadual nº. _____, neste ato representada por _____, portador da Cédula de Identidade RG nº. _____, inscrito no CPF/MF nº. _____, residente e domiciliado na _____, doravante denominada simplesmente **“CONTRATADA”**, as quais, perante testemunhas adiante nomeadas e assinadas, resolvem firmar o presente contrato, mediante as cláusulas e condições que mutuamente aceitam e outorgam, conforme segue:

CLÁUSULA PRIMEIRA
DO OBJETO

1.1. Constitui objeto do presente contrato a prestação de serviços de publicidade, conforme Lei Federal 12.232/2010, compreendendo 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 de natureza institucional de interesse do Consórcio Intermunicipal Grande ABC.

Lote Único PUBLICIDADE INSTITUCIONAL

1.1.1 Também integram o objeto desta contratação, como atividades complementares,



os serviços especializados pertinentes:

- a) Ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento relativos à execução do contrato;
- b) À criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinada a expandir os efeitos das mensagens e das ações publicitárias, em consonância com novas tecnologias;
- c) À produção e à execução técnica das peças e ou projetos criados pela agência contratada.

1.1.1.1. As pesquisas e outros instrumentos de avaliação previstos na alínea 'a' do subitem 1.1.1 terão a finalidade específica de:

- a) Gerar conhecimento sobre o ambiente de atuação do Consórcio Intermunicipal Grande ABC o público-alvo e os veículos de divulgação nos quais serão difundidas as campanhas ou peças;
- b) Aferir o desenvolvimento estratégico, a criação e a divulgação de mensagens;
- c) Possibilitar a mensuração dos resultados das campanhas ou peças publicitárias realizadas em decorrência da execução do contrato.

1.1.1.2. É vedada a inclusão nas pesquisas e avaliações previstas na alínea "a" do subitem 1.1.1 de matéria estranha ou que não guarde pertinência temática com a ação publicitária ou com o objeto do contrato de prestação de serviços de publicidade.

1.1.2. Os serviços previstos no objeto a ser licitado não abrangem as atividades de assessoria de comunicação, imprensa e relações públicas e a realização de eventos festivos de qualquer natureza, projetos de ambientação e decoração, montagem de estandes em feiras e exposições e serviços correlatos, viabilização de cotas de patrocínio para divulgação de projetos social, cultural e esportivo e merchandising com apoio do Consórcio Intermunicipal Grande ABC e atividades de desenvolvimento e implantação de serviços para internet, conforme regulamenta a Lei Federal nº 12.232/2010, em seu artigo 2º, §2º.

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

1.1.4. Os serviços abrangem as ações de publicidade institucional e de utilidade pública, sobre todos os assuntos e temas de competência ou interesse do Consórcio Intermunicipal Grande ABC.

1.2. Para a prestação dos serviços de publicidade será CONTRATADA 01 (uma) agência de propaganda, doravante denominada agência, licitante ou CONTRATADA.

1.2.1 Os serviços serão contratados com agência de propaganda cujas atividades sejam disciplinadas pela Lei no 4.680/1965 e que tenha obtido certificado de qualificação técnica de funcionamento, nos termos do art. 4º da Lei nº 12.232/2010.

1.2.2 A agência atuará por ordem e conta do Consórcio Intermunicipal Grande ABC em conformidade com o art. 3º da Lei nº 4.680/1965, na contratação de fornecedores de bens e serviços especializados, para a execução das atividades complementares de que trata o subitem 1.1.1, e de veículos e demais meios de



divulgação, para a veiculação de mensagens publicitárias.

- 1.2.3 A agência não poderá subcontratar outra agência de propaganda para a execução de serviços previstos no item 1.1.
- 1.2.4 A agência atuará de acordo com solicitação do Consórcio Intermunicipal Grande ABC.
- 1.3. O produto final decorrente da execução do objeto desta contratação será propriedade do Consórcio Intermunicipal Grande ABC sendo, portanto, proibida a sua divulgação após o término do contrato, por qualquer meio ou sua reprodução total ou parcial sem expressa autorização, ficando a CONTRATADA sujeita às penalidades aplicáveis, ressalvados os direitos de terceiros.

CLÁUSULA SEGUNDA DAS CONDIÇÕES DE EXECUÇÃO

2.1. Da forma de execução dos trabalhos

- 2.1.1 Os serviços deverão ser executados e entregues, conforme venham a ser solicitados pelo do Consórcio Intermunicipal Grande ABC no prazo estabelecido na Ordem de Execução de Serviços, a contar da emissão da mesma.
- 2.1.2 Todos os serviços a serem prestados pela CONTRATADA deverão ser precedidos da apresentação do competente projeto de apropriação de custos, o qual, após aprovação, gerará a expedição de Ordem de Execução de Serviços;
- 2.1.3 Todos os serviços realizados serão documentados através da apresentação dos respectivos comprovantes de produção/veiculação, cópias das faturas e duplicatas quitadas, emitidas pelos fornecedores e veículos;
- 2.1.4 Os serviços serão executados pela CONTRATADA, fornecedores e veículos, sendo permitida a contratação dos SERVIÇOS COMPLEMENTARES e de divulgação necessários ao cumprimento do objeto licitado;
- 2.1.5 Somente pessoas físicas ou jurídicas previamente cadastradas pela CONTRATANTE poderão fornecer à CONTRATADA bens ou serviços especializados relacionados com as atividades complementares da execução do objeto do contrato, nos termos do §1º do art. 2º da Lei no 12.232/2010.
 - 2.1.5.1 O fornecimento de bens ou serviços especializados na conformidade do previsto no subitem anterior exigirá sempre a apresentação pela CONTRATADA ao CONTRATANTE de 3 (três) orçamentos obtidos no ramo do fornecimento pretendido.
 - 2.1.5.2 No caso do subitem acima, a CONTRATADA procederá à coleta de orçamentos de fornecedores em envelopes fechados, que serão abertos em sessão pública, convocada e realizada sob fiscalização do CONTRATANTE, sempre que o fornecimento de bens ou serviços tiver valor superior a 0,5% (meio por cento) do valor global do contrato.
 - 2.1.5.3 O fornecimento de bens ou serviços de valor igual ou inferior a 20% (vinte por cento) do limite previsto na alínea "a" do inciso II do art. 23 da Lei no 8.666/1993, está dispensado do procedimento previsto no subitem anterior.
- 2.1.6 As informações sobre a execução do contrato serão divulgadas no Portal da Transparência, garantido o livre acesso às informações por quaisquer interessados.



- 2.1.7 As informações sobre valores pagos serão divulgadas pelos totais de cada tipo de serviço de fornecedores e de cada meio de divulgação.
- 2.1.8 A agência 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.
- 2.1.9 Quanto aos DIREITOS AUTORAIS, serão observadas as seguintes disposições:
- a) A CONTRATADA cede à CONTRATANTE, de forma total e definitiva, os direitos patrimoniais de uso de ideias (incluídos os estudos, análises e planos), peças (material gráfico, eletrônico e multimídia), softwares, cds, composições, arranjos, execução de trilha sonora e jingles, animação, pantomima, publicações editoriais e quaisquer outras assemelhadas), de sua propriedade, concebidas, criadas e produzidas em decorrência deste contrato, ressalvados os direitos de terceiros.
 - b) A cessão de que trata a alínea anterior “a” será por tempo indeterminado, ficando vedada à CONTRATADA a cobrança de qualquer remuneração adicional ou especial, durante a vigência do contrato e ou mesmo após o seu término.
 - c) A CONTRATANTE poderá, a seu critério, utilizar os direitos cedidos, diretamente ou através de terceiros, com ou sem modificações, após a vigência do contrato, inclusive em caso de rescisão, não cabendo à CONTRATADA qualquer espécie de remuneração.
 - d) A juízo da CONTRATANTE, as peças criadas pela CONTRATADA poderão ser reutilizadas por outros órgãos ou entidades do Consórcio Intermunicipal Grande ABC, sem que caiba a eles ou à CONTRATANTE qualquer ônus perante a CONTRATADA.
 - e) Caberá a esses órgãos ou entidades, diretamente ou por intermédio das agências de propaganda com que mantenham contrato, quando couber, efetuar o acordo comercial com os eventuais detentores dos direitos de autor e conexos relacionados com a produção externa das peças a serem reutilizadas.
 - f) Com vistas às contratações para a execução de serviços que envolvam direitos de autor e conexos, a CONTRATADA solicitará aos fornecedores orçamentos que prevejam a cessão dos respectivos direitos patrimoniais pelo prazo definido pela CONTRATANTE.
 - g) A CONTRATADA utilizará os trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos de autor e conexos dentro dos limites estipulados no respectivo ato de cessão e condicionará a contratação ao estabelecimento, no ato de cessão, orçamento ou contrato, de cláusulas em que o fornecedor garanta a cessão pelo prazo definido pela CONTRATANTE em cada caso e se declare ciente e de acordo com as condições estabelecidas nas alíneas “h” e “i” seguintes.
 - h) Na reutilização de peças por período igual ao inicialmente ajustado, o percentual a ser pago pela CONTRATANTE em relação ao valor original dos direitos patrimoniais de autor e conexos será de no máximo 50% (cinquenta por cento). Para a reutilização por períodos inferiores, o percentual máximo será obtido pela regra de três simples.
 - i) 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 CONTRATANTE aos detentores dos direitos patrimoniais de autor e conexos dessas obras, será de no máximo 50% (cinquenta por cento). Para a reutilização por períodos inferiores, o percentual máximo será obtido pela regra de três simples.



CLÁUSULA TERCEIRA DA VIGÊNCIA

3.1. O presente contrato terá vigência de 12 (doze) meses contados a partir da sua assinatura, podendo ser prorrogado até o limite legal de 60 (sessenta) meses, nos termos do art. 57 da Lei Federal 8666/93 e posteriores alterações.

CLÁUSULA QUARTA DO VALOR E DOS RECURSOS

4.1. O valor total estimado para a contratação é de **R\$ 3.000.000,00 (três milhões de reais)**.

4.2. As despesas com a execução do objeto deste Edital onerarão a dotação consignada no orçamento deste Exercício, _____ e em orçamento(s) futuro(s), quando necessário.

CLÁUSULA QUINTA DO PAGAMENTO

5.1 O pagamento será efetuado pela CONTRATANTE, através de depósito bancário, em conta corrente da CONTRATADA, incumbindo à CONTRATADA, o pagamento dos Fornecedores de Serviços Complementares e Veículos, por ela contratados por ordem e conta da CONTRATANTE. O pagamento à CONTRATADA ocorrerá em até 10 (dez) dias úteis do mês seguinte ao da prestação do serviço, ficando condicionado a execução dos serviços e terá as parcelas apuradas mensalmente que corresponderão aos serviços atestados efetivamente no período de cada mês civil, mediante a apresentação da Nota Fiscal/Fatura, acompanhada das Notas Fiscais/Faturas emitidas por Fornecedores e Veículos contra a CONTRATANTE, e atesto do gestor técnico da contratação, designado pela CONTRATANTE.

5.2. A CONTRATADA efetuará o pagamento aos fornecedores e veículos, no prazo determinado pela CONTRATANTE, e sobre ele emitirá relatório comprovando a realização dos pagamentos juntos aos mesmos, para ciência da CONTRATANTE.

5.3. Os pagamentos serão efetuados através de depósito bancário na conta bancária da **Contratada: Banco _____, agência n.º _____, conta n.º _____.**

CLÁUSULA SEXTA DAS CONDIÇÕES DE REMUNERAÇÃO

6.1. Pelos serviços prestados, a CONTRATADA será remunerada da seguinte forma:

- a) Percentual de desconto sobre os custos internos, baseados na tabela de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de São Paulo-SINAPRO/SP, conforme a proposta apresentada pela licitante vencedora;
- b) Honorários (em percentual) de até 10% (dez por cento), conforme constante na proposta, a serem cobrados do Consórcio Intermunicipal Grande ABC, incidente sobre os custos comprovados de outros serviços, cuja produção seja incumbida a terceiros sob a supervisão da CONTRATADA, referentes à peça e/ou material cuja distribuição não proporcione à licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação nos termos do art. 11 da Lei nº



4.680/1965.

- 6.2. Na reutilização de peças publicitárias por período igual ao inicialmente pactuado, o percentual sobre o cachê original a ser pago pela CONTRATANTE a atores, modelos e locutores, pelos direitos de uso de imagem e som de voz, será de no máximo 50% (cinquenta por cento).

CLÁUSULA SÉTIMA DO DESCONTO DE AGÊNCIA

- 7.1 Além da remuneração prevista clausula Sexta, a **CONTRATADA**, fará jús ao desconto de agência concedido pelos Veículos e demais meios de divulgação, em conformidade com a Lei Federal nº 4.680/65, Lei Federal nº 12.232/2010, Decreto Federal nº 57.690/66, alterado pelo Decreto Federal n.º 4.563/2002.

CLÁUSULA OITAVA DA GARANTIA

- 8.1. A Contratada prestará **GARANTIA DE FIEL EXECUÇÃO DO CONTRATO**, no montante correspondente a 5% (cinco por cento) do valor do contrato, no momento da assinatura do contrato, a qual permanecerá em poder do Consórcio Intermunicipal Grande ABC, durante o prazo contratual.

8.1.1. A garantia a ser prestada deverá ser em:

- I. caução em dinheiro ou em título da dívida pública;
- II. seguro-garantia e;
- III. fiança bancária.

8.1.2. Tratando-se de caução em dinheiro, o recolhimento deverá ser efetuado mediante depósito na conta corrente do Consórcio Intermunicipal Grande ABC, e será restituído, atualizado monetariamente, após o final do contrato decorrente do objeto desta Licitação.

8.1.3. Tratando-se de caução em títulos da dívida pública, os quais deverão ser de curso normal e legal no mercado, a entrega destes será efetuada na Diretoria Administrativa e Financeira do Consórcio Intermunicipal Grande ABC, que, após aceitação, providenciará, mediante guia específica, o recolhimento que indicará o nome do depositante, a natureza do compromisso assumido e o valor total.

8.1.3.1. O valor dos títulos, nos termos do subitem 8.1.3, será obtido adotando-se a cotação de mercado do dia imediatamente anterior à referida prestação.

8.1.4. Tratando-se de fiança bancária e/ou seguro-garantia deverá ser outorgada por Instituição Financeira e/ou Seguradora, conforme o caso, devendo constar o valor afiançado e/ou segurado em moeda corrente nacional, conter cláusulas de reajuste de acordo com o índice do IPC-FIPE, e de renúncia expressa pelo(a) fiador(a) e/ou segurador(a) aos benefícios de ordem previstos no artigo 827 do Código Civil.

8.1.5. O Consórcio Intermunicipal Grande ABC poderá descontar do valor da Garantia de Fiel Execução do Contrato, toda e qualquer importância que lhe for devida, a qualquer título, pelo licitante que vier a ser Contratado.

8.1.6. Se o desconto aludido no subitem anterior, efetuar-se no decorrer do prazo



contratual, a garantia deverá ser reintegrada pelo licitante contratado, no prazo máximo de 03 (três) dias úteis, a contar da data do recebimento da notificação para este fim.

8.1.7. A perda da Garantia de Fiel Execução do Contrato dar-se-á de pleno direito, se vier a ocorrer a rescisão unilateral do contrato, em decorrência de inadimplemento contratual da licitante contratada.

8.1.8. A garantia prestada somente será liberada ou restituída após a execução do contrato, ou no caso de sua rescisão ocorrida por razões de interesse do Consórcio Intermunicipal Grande ABC.

CLÁUSULA NONA DAS OBRIGAÇÕES DAS PARTES

9.1. São obrigações da CONTRATADA:

- a) Cumprir as especificações, procedimentos e prazos estabelecidos no presente instrumento e em sua respectiva proposta.
- b) Manter, durante a vigência do contrato, todas as condições de habilitação e qualificação exigidas na licitação.
- c) Indicar ao Consórcio o nome de seu preposto para manter entendimentos e receber comunicações, ou transmiti-las à fiscalização do presente objeto.

9.2. São obrigações da CONTRATANTE:

- a) Indicar representante para fiscalizar e acompanhar os serviços objeto do presente instrumento;
- b) Prestar todas as informações ou esclarecimentos solicitados pela CONTRATADA que sejam necessários ao bom andamento dos serviços;
- c) Fiscalizar e Exigir o cumprimento de todos os compromissos assumidos pela CONTRATADA, nos termos da proposta apresentada e de acordo com as cláusulas contratuais;
- d) Comunicar à CONTRATADA, por escrito, as possíveis irregularidades detectadas na execução dos serviços;
- e) Cumprir todos os compromissos financeiros assumidos com a CONTRATADA.

CLÁUSULA DÉCIMA DAS SANÇÕES

10.1. São aplicáveis as sanções previstas na Lei Federal nº 10.520/02, e subsidiariamente da Lei Federal nº 8.666/93, com as alterações posteriores, e demais normas pertinentes, a seguir indicadas:

- I. Advertência;
- II. Multa.
- III. Suspensão temporária de participar em licitação e impedimento de contratar com o Consórcio, nos termos indicados no subitem 10.12;
- IV. Declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com a Administração Pública;



- 10.2. A multa pela recusa da adjudicatária em assinar o Contrato ou em retirar o instrumento equivalente, dentro do prazo estabelecido neste Edital será de 10% (dez por cento) do valor da proposta comercial, sem prejuízo da aplicação da pena de suspensão temporária do direito de licitar e contratar com o Consórcio Intermunicipal Grande ABC, pelo prazo de até 5 (cinco) anos.
- 10.3. Multa por atraso: 1% (um por cento) por dia sobre o valor da parcela em atraso, até o limite de 10% (dez por cento), podendo o Consórcio a partir do 10º dia considerar rescindido o Contrato, sem prejuízo das demais sanções cabíveis.
- 10.4. Multa por inexecução parcial do Contrato: 10% (dez por cento) sobre o valor da parcela inexecutada.
- 10.5. Multa por inexecução total do Contrato: 10% (dez por cento) sobre o valor total do Contrato.
- 10.6. Multa de 10% (dez por cento), por descumprimento de quaisquer das obrigações decorrentes do ajuste, que não estejam previstas nos subitens acima, a qual incidirá sobre o valor total do Contrato.
- 10.7. Perda da garantia oferecida se houver, em caso de culpa pela rescisão contratual.
- 10.8. As penalidades são independentes e a aplicação de uma não exclui a das outras, quando cabíveis.
- 10.9. Constatada a inexecução contratual ou a hipótese do subitem 10.2, será a Contratada intimada da intenção do Consórcio Intermunicipal Grande ABC quanto à aplicação da penalidade, concedendo-se prazo para interposição de defesa prévia, nos termos do art. 87, §2º e §3º da Lei 8.666/93.
- 10.10. Não sendo apresentada a defesa prévia pela Contratada ou havendo o indeferimento da mesma quando interposta, o Consórcio providenciará a notificação da Contratada quanto à aplicação da penalidade, abrindo-se prazo para interposição de recurso administrativo, nos termos do artigo 109, I, “f” da Lei no 8.666/93.
- 10.11. Decorridas as fases anteriores, o prazo para pagamento das multas será de 3 (três) dias úteis a contar da intimação da Contratada. A critério do Consórcio e sendo possível, o valor devido será descontado da garantia prestada, ou sendo esta insuficiente, será descontado dos pagamentos eventualmente devidos pelo Consórcio. Não havendo tais possibilidades, o valor será inscrito em dívida ativa, sujeitando a devedora a processo executivo.
- 10.12. Sem prejuízo da aplicação de outras penalidades cabíveis, a empresa que, convocada dentro do prazo de validade de sua proposta, não celebrar o Contrato ou deixar de retirar o instrumento equivalente, deixar de entregar documentação exigida para a sessão pública ou apresentar documentação falsa, ensejar o retardamento da execução de seu objeto, não mantiver a proposta, falhar ou fraudar na execução do contrato, comportar-se de modo inidôneo ou cometer fraude fiscal, ficará impedida de licitar e contratar com o Consórcio Intermunicipal Grande ABC, pelo prazo de até 2 (Dois) anos, sem prejuízo das multas previstas em Edital, no Contrato e nas demais cominações legais.

CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA DAS DISPOSIÇÕES GERAIS

- 11.1. A CONTRATADA deverá se guiar pelo Código de Ética dos Profissionais da propaganda e pelas normas correlatas, com o objetivo de produzir publicidade



que esteja de acordo com as normas que regulam essa atividade, inclusive as normas éticas, estabelecidas pelo Código Brasileiro de Autorregulamentação Publicitária e pelas disposições do presente contrato.

- 11.2. O presente Contrato reger-se-á segundo as disposições contidas nas Leis Federais nºs. 8.666/93, 10.520/02 e posteriores alterações; no Código Civil, no que couber, pelas Cláusulas deste Contrato, pelo Edital e pela Proposta da Contratada inserta às folhas ____ a ____.

CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA

DO FORO

- 12.1. O foro competente para dirimir qualquer dúvida ou ação decorrente do presente Contrato é o foro da Comarca de Santo André, com renúncia expressa de qualquer outro, por mais privilegiado que seja.

Nada mais havendo a ser declarado, vai assinada pelas partes e testemunhas a tudo presente e de tudo cientes, para que produza os regulares efeitos de Lei e de Direito.

Santo André, ____ de _____ de 2020.

CIGABC

CONTRATADA

Testemunhas:

RG:

RG:



ANEXO VIII
“TERMO DE CIÊNCIA E NOTIFICAÇÃO”

CONTRATANTE: _____

CONTRATADO: _____

CONTRATO Nº (DE ORIGEM): _____

OBJETO: _____

ADVOGADO (S)/ Nº OAB: (*)

Pelo presente TERMO, nós, abaixo identificados:

1. Estamos CIENTES de que:

a) o ajuste acima referido estará sujeito a análise e julgamento pelo Tribunal de Contas do Estado de São Paulo, cujo trâmite processual ocorrerá pelo sistema eletrônico;

b) poderemos ter acesso ao processo, tendo vista e extraindo cópias das manifestações de interesse, Despachos e Decisões, mediante regular cadastramento no Sistema de Processo Eletrônico, conforme dados abaixo indicados, em consonância com o estabelecido na Resolução nº 01/2011 do TCE/SP;

c) além de disponíveis no processo eletrônico, todos os Despachos e Decisões que vierem a ser tomados, relativamente ao aludido processo, serão publicados no Diário Oficial do Estado, Caderno do Poder Legislativo, parte do Tribunal de Contas do Estado de São Paulo, em conformidade com o artigo 90 da Lei Complementar nº 709, de 14 de janeiro de 1993, iniciando-se, a partir de então, a contagem dos prazos processuais, conforme regras do Código de Processo Civil;

d) Qualquer alteração de endereço – residencial ou eletrônico – ou telefones de contato deverá ser comunicada pelo interessado, peticionando no processo.

2. Damo-nos por NOTIFICADOS para:

a) O acompanhamento dos atos do processo até seu julgamento final e consequente publicação;

b) Se for o caso e de nosso interesse, nos prazos e nas formas legais e regimentais, exercer o direito de defesa, interpor recursos e o que mais couber.

LOCAL e DATA: _____



GESTOR DO ÓRGÃO/ENTIDADE:

Nome: _____

Cargo: _____

CPF: _____ RG: _____

Data de Nascimento: ____/____/____

Endereço residencial completo: _____

E-mail institucional _____

E-mail pessoal: _____

Telefone(s): _____

Assinatura: _____

Responsáveis que assinaram o ajuste:

Pelo CONTRATANTE:

Nome: _____

Cargo: _____

CPF: _____ RG: _____

Data de Nascimento: ____/____/____

Endereço residencial completo: _____

E-mail institucional _____

E-mail pessoal: _____

Telefone(s): _____

Assinatura: _____

Pela CONTRATADA:

Nome: _____

Cargo: _____

CPF: _____ RG: _____

Data de Nascimento: ____/____/____

Endereço residencial completo: _____

E-mail institucional _____

E-mail pessoal: _____

Telefone(s): _____

Assinatura: _____

Advogado:

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