



CHAMAMENTO PÚBLICO nº 01/2026

1. PREÂMBULO

A Prefeitura Municipal de Pedreira, por meio de sua Secretaria de Governo, **torna público que estão abertas, até 15h00 do dia 10.03.26 as inscrições para composição da Subcomissão Técnica**, nos termos do artigo 10, §1º da Lei Federal nº 12.232/2010, que atuará na análise e julgamento das propostas técnicas no âmbito da Concorrência Pública correspondente.

A subcomissão será responsável por analisar os aspectos técnicos de cada proposta apresentada na Concorrência, pontuando justificadamente em cada um dos itens obrigatórios e descritos no **TERMO DE REFERÊNCIA COM BRIEFING, que acompanha o presente Edital.**

Data da divulgação dos inscritos: 11.03.2026 por meio da imprensa oficial municipal

Data da sessão de sorteio: 23.03.2026 – 14h – Presencialmente, com gravação. Pública.

Data da divulgação do resultado: 25.03.2026 - portaria de nomeação da subcomissão

Local do sorteio: Rua Henriqueta Canesso, 151, Vila Canesso – casa com portão marrom – sobrado ao lado do Hospital Funbepe. Chegar com pelo menos 15 minutos de antecedência.

Link do formulário de inscrições: <https://acesse.one/5RhHD>.

- 1.1. A Subcomissão Técnica, conforme GUIA DE ORIENTAÇÃO DA ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA E A AGÊNCIAS DE PUBLICIDADE SOBRE LICITAÇÕES DE SERVIÇOS PUBLICITÁRIOS (Sinapro,2025), "é constituída por pelo menos três membros que sejam formados em comunicação, publicidade ou marketing ou que atuem em uma dessas áreas, sendo que, pelo menos 1/3 (um terço) desses membros não mantenha nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com o órgão ou entidade responsável pela licitação".
- 1.2. A Subcomissão Técnica para a Concorrência Pública a que se destina será formada por 3 (três) membros titulares e 3 (três) membros suplentes, nos moldes acima descritos.
- 1.3. Para efetivar a inscrição, os interessados deverão preencher o formulário de inscrição e anexar os documentos exigidos no presente edital, de 03 a 10 de março de 2026 (até às 15h00, disponível no link: <https://acesse.one/5RhHD>).
- 1.4. A relação dos profissionais inscritos, bem como a data da sessão pública para sorteio dos nomes, será publicada, oportunamente, no Diário Oficial do Município, conforme estabelece o artigo 10, § 4º, da Lei Federal nº 12.232/2010.

2. OBJETO DO CHAMAMENTO E SUAS ESPECIFICAÇÕES

2.1. Chamamento público para inscrição de profissionais das áreas de comunicação, publicidade ou marketing, com vistas à formação de Subcomissão Técnica encarregada da análise e julgamento das propostas técnicas no âmbito da licitação destinada à contratação de serviços de publicidade institucional a ser prestado por agência de propaganda, nos termos do artigo 10, §1º da Lei Federal nº 12.232/2010, que atuará na análise e julgamento das propostas técnicas no âmbito da Concorrência Pública correspondente.



PREFEITURA MUNICIPAL DE PEDREIRA
ESTADO DE SÃO PAULO
SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO

2.2. A escolha dos membros da Subcomissão Técnica dar-se-á por sorteio, em sessão pública, entre os nomes de uma relação que terá, no mínimo, o triplo do número de integrantes da Subcomissão, previamente inscritos no presente chamamento.

2.3. A Subcomissão técnica será composta por 3 (três) membros, nos termos descritos no item 1.1.

3. OBJETO DA CONCORRÊNCIA PARA QUAL SERÁ CONSTITUÍDA A SUBCOMISSÃO

O objeto a futura licitação é a contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agência de propaganda, 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 supervisão da execução externa e a distribuição de ações publicitárias junto a públicos de interesse da Administração Municipal de Pedreira, nos termos do que prevê o artigo 2º da Lei 12.232/2010 e seus parágrafos.

4. DAS CONDIÇÕES PARA INSCRIÇÃO:

4.1. Poderão se inscrever no presente Chamamento Público os profissionais formados em comunicação, publicidade ou marketing, **ou** que atuem em uma dessas áreas, que atendam aos requisitos deste Edital e aos da legislação específica.

4.2. Para efetivar a inscrição, os interessados deverão acessar o link: <https://acesse.one/5RhHD>, preencher o formulário de inscrição e anexar os documentos solicitados, em formato PDF.

4.3. As inscrições poderão ser feitas até às 15h do dia 09.03.2026.

4.4. A relação dos profissionais inscritos para o sorteio dos nomes que irão compor a Subcomissão Técnica serão publicadas no Diário Oficial da Prefeitura Municipal de Pedreira, no dia 11.03.2026, com pelo menos 10 (dez) dias de antecedência em relação à data da sessão de sorteio, em observância ao disposto no § 4º do artigo 10 da Lei Federal No. 12.232/2010.

4.5. A inscrição feita pelo interessado significa pleno conhecimento e integral concordância com as cláusulas e condições deste Edital e total sujeição à legislação pertinente.

4.6. A participação do candidato depende de seu aceite em atuar como voluntário. Não haverá remuneração pelos serviços prestados.

4.7. Os profissionais que se inscreverem neste Chamamento Público são responsáveis pela fidelidade e legitimidade de informações, declarações e documentos apresentados em qualquer fase do processo, sob o risco de responsabilização administrativa, civil e criminal por informações falsas que eventualmente apresentarem.

5. DOCUMENTOS PARA INSCRIÇÃO:

5.1. A inscrição do profissional para integrar a Subcomissão Técnica será efetivada no prazo, horário e local definidos neste Edital, mediante a apresentação dos seguintes documentos:

a) **Ficha de inscrição (link)**, contendo a declaração do profissional de que mantém ou não mantém vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com o Município Pedreira;

b) **Diploma de conclusão de curso de graduação** na área de comunicação, publicidade ou marketing, fornecido por instituição de ensino superior reconhecida pelo Ministério da Educação, devidamente registrado, **ou comprovação, através de vínculo empregatício ou outro documento hábil, de experiência em uma dessas áreas;**



PREFEITURA MUNICIPAL DE PEDREIRA
ESTADO DE SÃO PAULO
SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO

- c) **Cédula de Identidade** ou documento equivalente com foto;
d) Comprovante de inscrição no **Cadastro de Pessoas Físicas - CPF**

5.2. Serão indeferidas as inscrições que não atenderem às exigências constantes deste Edital.

6. DA IMPUGNAÇÃO DOS INSCRITOS

6.1. Em até 48 (quarenta e oito) horas antes da sessão pública destinada ao sorteio, qualquer interessado poderá impugnar pessoa integrante da relação a relação de inscritos, apresentando os fundamentos que entender serem cabíveis.

6.2. Admitida a impugnação, o impugnado terá o direito de abster-se de atuar na Subcomissão Técnica, declarando-se impedido ou suspeito, antes da decisão da autoridade competente.

6.3. A abstenção do impugnado ou o acolhimento da impugnação, mediante decisão fundamentada da autoridade competente, implicará, se necessário, a elaboração e a publicação de nova lista sem o nome impugnado, respeitado o disposto no artigo 10 da Lei Federal no 12.232/2010.

6.4. Será necessário elaborar e publicar nova relação se o número de membros mantidos depois da impugnação restar inferior ao mínimo exigido, qual seja, nove (9) nomes.

6.5. Somente será admitida nova impugnação a nome que vier a completar a relação anteriormente publicada.

6.6. A impugnação deverá ser encaminhada por meio do link: <https://acesse.one/xiQo3>, que deverá ser preenchido e enviado a partir da publicação da lista de inscritos e até as **15h00 do dia 20.03.2026**.

7. DA SESSÃO PÚBLICA DO SORTEIO

7.1. A **sessão pública** para o sorteio dos nomes que irão compor a Subcomissão Técnica será realizada após a decisão motivada de eventual impugnação, **no dia 23 de março de 2026, a partir das 14h00, atendido o disposto no § 4º do artigo 10 da Lei Federal no 12.232/2010**, garantida a possibilidade de fiscalização do sorteio por qualquer interessado, no endereço descrito no preâmbulo do presente edital.

7.2. A sessão de sorteio será gravada e permanecerá à disposição dos interessados até o encerramento do processo licitatório para a contratação do serviço de publicidade institucional.

7.3. Os inscritos poderão acompanhar a sessão de sorteio presencialmente.

7.4. O sorteio será realizado com uso de duas urnas para a regular conferência de nomes que integraram o sorteio em confronto com os nomes sorteados. Na primeira urna serão colocados, um a um e na presença do público, os nomes de todos os inscritos deferidos. Na segunda urna serão colocados, um a um e na presença do público, os nomes sorteados.

7.5. Ao final do sorteio ambas as urnas serão reabertas para checagem, na presença do público, dos nomes que participaram do sorteio, assegurando a lisura e a transparência do procedimento.

7.6. Para a realização da sessão do sorteio que escolherá os membros da Subcomissão Técnica, a relação de inscritos deverá conter, no mínimo, o triplo do número de integrantes da subcomissão, conforme exige o § 2º do artigo 10 da Lei Federal no 12.232/2010. Assim, a relação deverá conter no mínimo 09 (nove) inscritos.

7.7. Havendo quantidade insuficiente de inscritos, será reaberto o chamamento, visando obter



PREFEITURA MUNICIPAL DE PEDREIRA
ESTADO DE SÃO PAULO
SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO

o número mínimo estabelecido no artigo 10, § 2º, da Lei no 12.232/2010 e/ou demais cominações legais cabíveis.

7.8. A reabertura do chamamento será divulgada no Diário Oficial do Município de Pedreira.

7.9. O sorteio será processado de modo a garantir o preenchimento das vagas da Subcomissão Técnica de acordo com a proporcionalidade do número de membros definida no § 1º do artigo 10 da Lei Federal no 12.232/2010, sendo 2 (dois) membros que mantenham vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com o Município de Pedreira (poder Executivo ou Legislativo) e 1 (um) membro que não mantenha vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com o Município de Pedreira.

7.10. Os presentes assinarão lista manual que fará parte da ata da sessão.

7.11. Os presentes poderão registrar eventuais inconsistências ou questionamentos ao final da sessão, em termo próprio de OCORRÊNCIAS que será disponibilizado.

7.12. A sessão será lavrada em ata, que ao final será publicada com afixação no local do sorteio, bem como a publicação em extrato, no Diário Oficial do Município.

7.13. A relação dos sorteados e a composição da Subcomissão Técnica será publicada no Diário Oficial do Município.

7.14. O sorteio será realizado na presença de ao menos 1(um) servidor da Secretaria Municipal de Governo, que ficará responsável por redigir a ata da sessão.

7.15. A atuação da subcomissão técnica objeto deste Edital se encerrará com a conclusão da Concorrência Pública, não ensejando, no entanto, o perdimento da lista de inscritos, que poderá ser utilizada pela Administração para realização de futuros sorteios que se façam necessários para composição de subcomissões para certames afins, dentro do prazo de 02 (dois) anos.

8. ESCLARECIMENTO DE DÚVIDAS

8.1. Para esclarecimento de dúvidas atinentes ao Chamamento, enviar e-mail para: professora.laramillon@gmail.com, aos cuidados de **LARA MILLON (Assessora Jurídica Gabinete do Prefeito)**, mencionando no título os dizeres: **ESCLARECIMENTO DE DÚVIDAS CHAMAMENTO PÚBLICO Nº 01/2026.**

8.2. O prazo para resposta com o esclarecimento será de no máximo 48h.

9. RESPONSÁVEL

Pedreira (SP), 26 de fevereiro de 2026.

LARA VANESSA MILLON DE MIRANDA
Assessora Jurídica
GABINETE DO PREFEITO



Prefeitura Municipal de Pedreira

ESTADO DE SÃO PAULO

SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO

TERMO DE REFERÊNCIA CONCORRÊNCIA CONTRATAÇÃO DE O DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE INSTITUCIONAL POR MEIO DE AGÊNCIA DE PROPAGANDA

1. CONDIÇÕES GERAIS DA CONTRATAÇÃO

O objeto da presente licitação é a contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agência de propaganda, 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 supervisão da execução externa e a distribuição de ações publicitárias junto a públicos de interesse da Prefeitura Municipal de Pedreira, **nos termos do que prevê o artigo 2º da Lei 12.232/2010**, por meio CONCORRÊNCIA, CONFORME DETALHAMENTO CONTIDO NO ITEM 7 DO ESTUDO TÉCNICO PRELIMINAR, com adoção do procedimento especial previsto pela da Lei Federal nº 12.232/2010.

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

a) ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento, relacionados à execução dos contratos;

b) à produção e à execução técnica de peças, materiais e projetos publicitários, de mídia e não mídia, criados no âmbito dos contratos;

c) à criação, à implementação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, destinadas a expandir os efeitos das mensagens e das ações publicitárias, em consonância com novas tecnologias.

• DO QUANTITATIVO:

ITEM	DESCRIÇÃO RESUMIDA DO ITEM	QUANTIDADE TOTAL	UNIDADE DE FORNECIMENTO	PRAZO
01	Contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agência de propaganda, 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 supervisão da execução externa e a distribuição de ações publicitárias junto a públicos de interesse da Prefeitura Municipal de Pedreira.	01	Serviço	12 MESES



Prefeitura Municipal de Pedreira

ESTADO DE SÃO PAULO

SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO

- **CÓDIGO CATSER – PORTAL NACIONAL DE COMPRAS PÚBLICAS:**

Em consulta ao Portal Compras Gov. foi identificado o seguinte código que apresenta compatibilidade com o serviço a ser contratado.

RELAÇÃO DE CÓDIGOS			
ITEM	DESCRIÇÃO RESUMIDA DO ITEM	UNIDADE DE FORNECIMENTO	CÓDIGO CATMAT/PNCP
01	Contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agência de propaganda. Propaganda e publicidade.	Serviço	892

Figura 1-Imagem Catálogo Compras GOV item

Compras.gov.br			
Catálogo - Itens selecionados			
Sequencial	ID	Nome	Tipo
1	892	Propaganda e Publicidade	SERVIÇO

Ressalte-se provavelmente haverá a necessidade de alteração da descrição e detalhamento do item no sistema interno de cadastro da Prefeitura para que seja adequado ao descritivo da presente contratação, eis que a descrição de item contida na Requisição não pode ser alterada pela Secretaria. Em caso de alteração, requer-se seja providenciada pelo setor de Licitações, tendo em vista que se trata de atividade que exige determinada permissão de sistema que esta secretaria não detém.

- **DA NATUREZA E CLASSIFICAÇÃO DO OBJETO:**

O objeto a ser contratado possui natureza jurídica singular, eminentemente intelectual e criativa, regida primordialmente pela **Lei Federal nº 12.232/2010** e está classificado como serviço de prestação continuada, conforme pormenorizadamente explicado no item 1 do Estudo Técnico Preliminar, com fundamento no **GUIA DE LICITAÇÕES DO SINPRO-SP**, que acompanha o ETP como anexo.

- **DA DIVISÃO DE COTAS PARA ME/EPP/COOPERATIVAS**

Não haverá divisão em cotas, eis que o serviço a ser licitado é único e indivisível.

Entretando, não se restringe a participação de ME, EPP ou Cooperativas, desde que atendam às disposições legais pertinentes.



Prefeitura Municipal de Pedreira

ESTADO DE SÃO PAULO

SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO

Conforme orientação expressa contida no GUIA DE LICITAÇÕES DO SINPRO-SP, que acompanha o ETP como Anexo, temos as seguintes situações que deverão estar previstas em Edital:

Poderão participar dos certames microempresas e empresas de pequeno porte, conforme dispõem os artigos 42 a 49 da Lei Complementar n. 123/2006, mediante comprovação da sua condição de microempresa ou empresa de pequeno porte, por meio de declaração de enquadramento disposto no artigo 3o. da citada lei complementar.

Não poderão participar dos certames, entretanto, microempresas e empresas de pequeno porte no caso de licitação de serviços publicitários cujo valor estimado da remuneração da agência que vier a ser contratada, for superior à receita bruta máxima admitida para fins de enquadramento como empresa de pequeno porte.

A obtenção de benefícios a que se refere o caput do artigo 4o. da lei 14.133/21 fica limitada às microempresas e às empresas de pequeno porte que, no ano calendário da realização do certame, ainda não tenham celebrado contratos com a Administração Pública cujos valores somados extrapolem a receita máxima admitida para fins de enquadramento como empresa de pequeno porte

Na mesma direção são as decisões mais recentes dos Tribunais de Contas e as orientações jurisprudenciais. Vejamos:

- Recente decisão do Tribunal de Contas da União: <https://pesquisa.apps.tcu.gov.br/resultado/todas-bases/ACORDAO-COMPLETO-2722079.KEY?pb=acordao-completo>. (Ministro Jhonatan de Jesus) – Orientação semelhante consta do Boletim de Jurisprudência **556/2025**;
- No Tribunal de Contas do Estado de São Paulo, decisão de Maio de 2025 orientou determinada Prefeitura a constar especificamente no Edital a entrega de declaração específica de atendimento ao limite estipulado para as empresas que desejarem usufruir dos benefícios da LC 123/2006: https://jurisprudencia.tce.sp.gov.br/args_juri/pdf/5/1/2/970215.pdf
- **PARTICIPAÇÃO DE CONSÓRCIOS:**

Não será permitida a contratação de consórcios, em atendimento à orientação contida no MANUAL DE LICITAÇÃO DO SINPRO (versão de outubro de 2025).

No caso da contratação de serviços de publicidade, não é viável a participação de consórcios na concorrência eis será contratada apenas uma agência para a prestação dos serviços.



Prefeitura Municipal de Pedreira

ESTADO DE SÃO PAULO

SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO

A eventual participação de consórcio iria dificultar a prestação do serviço por conta do comissionamento previsto pelas Normas-Padrão da Atividade Publicitária editadas pelo CENP e traria prejuízo para a Administração Pública para parcelar os pagamentos. De mais a mais, o registro no CENP é realizado individualmente, por agência e figura como exigência para a contratação.

2. FUNDAMENTAÇÃO E DESCRIÇÃO DA NECESSIDADE DA CONTRATAÇÃO

A Prefeitura Municipal de Pedreira, no cumprimento de suas atribuições legais, entre elas a promoção de publicidade de natureza institucional e de utilidade pública, deve ser atendida com apoio técnico de agência de publicidade a ser contratada por meio de processo licitatório disciplinado na lei especial.

2.1. FUNDAMENTAÇÃO CONSTITUCIONAL E FINALIDADE

A Constituição Federal e a legislação infraconstitucional estabelecem diretrizes para que a Administração Pública dê publicidade a seus "**atos, programas, obras, serviços e campanhas**" (Art. 37, § 1º, CF). Nesse contexto, a Prefeitura de Pedreira utiliza a comunicação institucional como instrumento estratégico para orientar a sociedade sobre políticas públicas em áreas como saúde, saneamento, educação, mobilidade urbana, cultura, assistência social e turismo.

Saliente-se, a comunicação institucional não se confunde com ação de promoção pessoal, mas está situada no campo jurídico do **direito à informação** (Art. 37, §1º da CF/88). A interrupção dos serviços da agência de publicidade acarretará o "silêncio administrativo", impedindo que a municipalidade cumpra seu dever de informar sobre as políticas públicas, ações de governo, campanhas de saúde pública, datas importantes para munícipes (por exemplo de matrículas escolares e pagamentos de tributos), além da impossibilidade de comunicar acerca de eventos e festividades que têm o condão de movimentar a economia local, incrementar o turismo e aumentar a atratividade de Pedreira para investidores.

2.2. NECESSIDADE DA CONTRATAÇÃO

Atualmente, existe contrato vigente com agência de publicidade. Contudo, a contratada manifestou impossibilidade de nova prorrogação. Diante da manifestação formal da atual contratada quanto à impossibilidade de nova prorrogação, o presente processo licitatório passou a ser preparado visando uma nova contratação, ciente do risco de dano ao interesse público que envolveria uma vacância nas contratações públicas.

É imperativo destacar que a Prefeitura de Pedreira não detém expertise técnica tampouco estrutura operacional para o manejo direto de compra de espaços publicitários e produção de materiais complexos. Ademais, a exigência legal específica é de que os serviços sejam realizados



Prefeitura Municipal de Pedreira

ESTADO DE SÃO PAULO

SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO

por intermediação de AGÊNCIA, sendo indevida a atuação direta do município, sem o atendimento dos critérios legais.

Cumpra informar, tanto a fundamentação quanto a necessidade da presente contratação estão detalhadamente descritas no **item 1 do Estudo Técnico Preliminar**.

3. DESCRIÇÃO DA SOLUÇÃO COMO UM TODO

3.1. FORMA DE CONTRATAÇÃO DA SOLUÇÃO:

A solução como um todo envolve a contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agência de propaganda formalmente constituída, com capacidade técnica para atuar nas demandas municipais descritas neste estudo e compatíveis com o descrito no artigo 2º da Lei nº 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 supervisão da execução externa e a distribuição de ações publicitárias junto a públicos de interesse da Prefeitura Municipal de Pedreira, nos seguintes termos:

- Forma de processamento: Presencial
- Procedimento: Especial – Descrito na Lei Federal 12.232/2010.
- Tipo: Técnica e Preço
- Critério de Julgamento: Técnica e Preço, nos moldes descrito no item 7 do Estudo Técnico Preliminar e com os detalhamentos previstos pela Lei Federal nº 12.232/2010.

As propostas técnicas serão analisadas pela subcomissão técnica a ser constituída pela Secretaria de Governo.

A subcomissão será constituída em tempo adequado, respeitando a orientação do TCU ao determinar que o sorteio deve ocorrer antes do recebimento das propostas técnicas para garantir a isenção, evitando conhecimento prévio da identidade dos concorrentes.¹ A publicação do Edital de Chamamento para a seleção da subcomissão técnica, bem como as demais etapas até sua efetiva formação serão devidamente informadas ao Departamento de Licitações para fins de organização interna do cronograma de datas da presente concorrência.

Tão logo seja constituída a referida subcomissão, a Secretaria de Governo encaminhada ao setor de Licitações a Portaria de nomeação dos membros.

No tocante ao Preço, a métrica de julgamento a ser adotada deve ser a de MELHOR DESCONTO, com base na Tabela Referencial do SINAPRO-SP, que acompanha o ETP como anexo.

As propostas técnicas serão elaboradas a partir do **Briefing** que acompanha o presente.

Prazo de duração da contratação: 12 meses prorrogáveis por até 10 anos, dada a natureza continuada do serviço a ser prestado pela contratada.

¹ JUSTEN FILHO, Marçal. *Comentários à Lei de Contratos de Publicidade da Administração*: Lei nº 12.232/2010. Belo Horizonte: Fórum, 2020.



Prefeitura Municipal de Pedreira

ESTADO DE SÃO PAULO

SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO

GARANTIA: O Edital de licitação deverá constar a exigência de garantia execução contratual, inicialmente na proporção de 5% (cinco por cento) do valor inicial do contrato, com utilização do valor anual do contrato em caso de prorrogação para aplicação do percentual de garantia, conforme esclarece o GUIA DE LICITAÇÕES DO SINAPRO (ANEXO II):

O contrato fixará prazo mínimo de um mês, contado da data da homologação da licitação e anterior à assinatura do contrato, para a prestação da garantia pelo contratado, quando optar pela modalidade de seguro-garantia.

A garantia poderá ser de até 5% (cinco por cento) do valor inicial do contrato. Sendo que nas contratações de serviços de natureza contínua, com vigência superior a um ano e nas subseqüentes prorrogações, será utilizado o valor anual do contrato para definição e aplicação do percentual previsto em contrato.

Na presente contratação, tendo em vista a necessidade de segurança de continuidade do vínculo, bem como o possível prejuízo advindo de um eventual descumprimento contratual, **indispensável inserção, no Edital, de exigência de garantia para a contratação.**

3.2. SERVIÇOS A SEREM PRESTADOS PELA CONTRATADA.

A agência a ser contratada deverá executar todos os serviços previstos no ETP, neste Termo de Referência, no Edital de licitação e em seu futuro contrato, nos moldes previstos em cada um dos instrumentos. As atividades típicas do serviço estão descritas e detalhadas em legislação especial que rege a matéria e que define os exatos termos de atuação da agência de propaganda contratada por ente público, inclusive com identificação de limites e vedações, cabendo ao órgão público interessado na contratação apenas requerer a adequação do serviço à sua realidade.

E, dessa forma, a agência a ser contratada deverá realizar **todas as atividades descritas no artigo 2º da Lei Federal 12.232/2010 e seus parágrafos** e, especificamente deverá prestar os serviços abaixo descritos:

- **Planejamento estratégico:** Desenvolvimento de estratégias de comunicação institucional alinhadas aos objetivos da administração pública.
- **Criação de peças publicitárias:** Elaboração de peças gráficas e audiovisuais (anúncios, cartazes, vídeos, spots de rádio etc.).
- **Produção de conteúdo:** Desenvolvimento de textos, roteiros, conteúdos para redes sociais, conteúdos multimídia e campanhas publicitárias.
- **Veiculação de anúncios:** Compra de mídia e veiculação de campanhas em veículos de comunicação (TV, rádio, mídias digitais, jornais, revistas, outdoors etc.).



Prefeitura Municipal de Pedreira

ESTADO DE SÃO PAULO

SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO

- **Apoio na Gestão estratégica:** Apoio na gestão de campanhas publicitárias, incluindo o acompanhamento da execução e o ajuste de estratégias, conforme necessário.
- **Monitoramento e avaliação de resultados:** Análise da eficácia das campanhas, com relatórios periódicos e sugestões de melhorias, tendo em vista o investimento (ROI) e os objetivos a serem alcançados em cada campanha e em todo o período de execução contratual, verificando o cumprimento (ou não) dos resultados esperados. Em outras palavras, a agência a ser contratada deverá garantir a **mensuração dos resultados** das campanhas e o impacto das ações publicitárias, fornecendo relatórios periódicos que ajudem na avaliação do retorno sobre o investimento (ROI) das campanhas institucionais, sendo, portanto, o monitoramento e a avaliação itens obrigatórios do objeto a ser prestado.

O detalhamento da solução consta no item 7 do Estudo Técnico Preliminar.

4. REQUISITOS DA CONTRATAÇÃO

A definição dos requisitos da contratação é crucial para assegurar que a solução apresentada reflita as necessidades públicas com eficiência e qualidade, em consonância às leis e regulamentações cabíveis, devendo os interessados na presente aquisição atender aos requisitos indicados, previstos pormenorizadamente no **ESTUDO TÉCNICO PRELIMINAR** e abaixo resumidamente apontados:

A contratação, por expressa determinação legal, será realizada na **Modalidade de Concorrência** e o critério de julgamento será o de **“técnica e preço”**.

O artigo 5º da Lei 12.232/2010 estabelece como critérios de julgamentos obrigatórios: melhor técnica ou técnica e preço, devendo o gestor público justificar sua escolha. Considerando a importância da qualidade técnica das campanhas e a necessidade de avaliar também a economicidade das propostas, adota-se o critério **“técnica e preço”**, conforme art. 36, §1º, da Lei nº 14.133/2021. Esclareça-se que no quesito preço será considerado o **melhor desconto**, tendo por base **tabela oficial do Sindicato das Agências de Publicidade do Estado de São Paulo**, com vigência para o ano de 2026 e que constou como anexo do Estudo Técnico Preliminar.

O rito procedimental a ser adotado deverá ser o que está descrito na referida lei especial, de modo **PRESENCIAL**, com a apresentação das Propostas Técnica, de Preço e dos Documentos de Habilitação de forma física, representando uma exceção à regra atualmente prevista na lei geral de contratações públicas.

A adoção da forma presencial, com apresentação das Propostas Técnica, de Preço e Documentos de Habilitação, justifica-se pela exigência legal quanto à garantia do sigilo na não



Prefeitura Municipal de Pedreira

ESTADO DE SÃO PAULO

SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO

identificação dos licitantes no Plano de Comunicação Publicitária (Via Não Identificada), na forma do disposto no inciso IV do artigo 6º da lei 12.232/2010.

De mais a mais, o rito previsto na legislação especial expressamente trata das etapas de entrega em **INVÓLUCROS** e, ainda, determina a padronização² de propostas para assegurar que sejam efetivamente desidentificadas.

Tais motivos fundamentam a decisão de manter, nesta licitação de serviços publicitários, a forma presencial.

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

No que se refere à proposta de preços, descrita no artigo 6º, V, importante transcrever a elucidativa explicação contida no GUIA DE LICITAÇÕES DO SINPRO-SP (2025):

Na prestação de serviços de publicidade a remuneração das agências de publicidade decorre:

(i) da criação e produção interna, mediante a adoção referencial da Tabela de Custos Internos editada pelos Sindicatos das Agências de Propaganda do Estado de sua base territorial (tabela essa referencial, representando os preços de mercado);

(ii) de um percentual máximo de 15% (quinze por cento) de honorários incidente sobre os custos de produção externa (v.g. sobre o custo da produção de um filme publicitário realizado por uma Produtora cinematográfica ou sobre os custos de produção gráfica desenvolvidos de acordo com a criação da agência, a qual igualmente supervisiona toda a produção e a apresentação da obra final ao Anunciante; pela intermediação na contratação de pesquisas relativas ao mercado, o público-alvo, os meios de comunicação e divulgação ou sobre os resultados de campanhas e pela intermediação e produção de formas inovadoras de comunicação, em consonância com novas tecnologias);

(iii) de um percentual máximo de 20% (vinte por cento) de remuneração incidente sobre os custos de mídia digital, pela intermediação na contratação dessa mídia, nos casos em que os veículos não remunerem a agência de publicidade pelo desconto de agência.

Esses honorários e ressarcimentos (custos de produção interna e honorários sobre produção externa, remuneração sobre intermediação na aquisição de mídia digital) são tidos como os preços de mercado. (...)

A remuneração e ou ressarcimento das agências é fixada, referencialmente, pelas Normas-Padrão da Atividade Publicitária.

Assim é que pela CRIAÇÃO de peças e campanhas, a agência de publicidade é

² Art. 6º (...) IX - o formato para apresentação pelos proponentes do plano de comunicação publicitária será padronizado quanto a seu tamanho, a fontes tipográficas, a espaçamento de parágrafos, a quantidades e formas dos exemplos de peças e a outros aspectos pertinentes, observada a exceção prevista no inciso XI deste artigo;



Prefeitura Municipal de Pedreira

ESTADO DE SÃO PAULO

SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO

RESSARCIDA pelos custos havidos com sua estrutura física e técnica, com sua equipe de profissionais, com a aquisição e uso de equipamentos de informática, com a aquisição de pesquisas de mídia, com serviços de checking de veiculação e outros.

Esse ressarcimento leva em consideração os valores estabelecidos referencialmente pela Tabela de Custos Internos editada pelo Sindicato das Agências de Propaganda de sua base territorial.

Em cada Estado da Federação que possua um Sindicato das Agências de Propaganda é editada a Tabela de Custos Internos, atualizada de tempo em tempo. Nos Estados em que não há Sindicato, adota-se referencialmente a Tabela Referencial editada pela Federação Nacional das Agências de Propaganda – FENAPRO e aplicada para aquela região ou estado.

Assim, os custos internos constantes dessas tabelas, são reconhecidos como os PREÇOS DE MERCADO para a região abrangida pelo Sindicato das Agências, portanto, dessa base territorial.

Essas diretrizes, portanto, devem servir de balizas para a elaboração do Edital da licitação, que deverá atender aos critérios específicos descritos acima.

No mais, a execução da futura contratação será indireta: regime de execução de EMPREITADA POR PREÇO UNITÁRIO, tendo em vista a dificuldade de mensuração de quantitativos exatos dos serviços e até mesmo de uma previsão de quais serviços serão demandados.

Deverão ser adotados ainda os critérios de sustentabilidade descritos no Estudo Técnico Preliminar, em atendimento ao princípio insculpido no 5º, inciso XII, da Lei 14.133/21 e às orientações contidas na 8ª edição do **GUIA DE LICITAÇÕES SUSTENTÁVEIS (Anexo ao ETP)**. E frise-se, o não atendimento às recomendações que asseguram um processo licitatório lastreado na sustentabilidade pode implicar, a depender da situação, em responsabilização administrativa da Prefeitura pelo eventual dano ambiental, caso constatado, nos termos da Súmula 652 do STJ.

Razão pela qual, requer a Secretaria que sejam esses critérios incluídos no Edital da licitação.

4.1. QUALIFICAÇÃO TÉCNICA

4.1.1 Atestado de Capacidade Técnica: Nos termos do art. 67 da Lei nº 14.133/21, que trata sobre a documentação relativa à qualificação técnico-profissional e técnico-operacional, o licitante deverá providenciar a comprovação de aptidão técnica para desempenho de atividade pertinente e compatível em características e objetivos similares aos apresentados nesta contratação, mediante apresentação de, no mínimo, 01 (um) atestado de capacidade técnica, fornecido por pessoa jurídica de direito público ou privado, que comprove que a licitante executou serviço compatível com o objeto desta contratação com a qualidade e eficiência impostos pelo contratante;



Prefeitura Municipal de Pedreira

ESTADO DE SÃO PAULO

SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO

- O atestado deve ser redigido em papel timbrado e assinado pelo representante legal e/ou responsável da empresa privada ou órgão público emissor;
- O documento deverá descrever a lista dos serviços que a empresa contratada executou, a duração e o período do contrato, a época da execução, os prazos de entrega, os **resultados obtidos a partir dos serviços prestados**, a qualidade do serviço prestado e o **grau de satisfação da empresa privada ou órgão público que está emitindo o atestado**; Nesse tocante, o atestado sem a apresentação de resultados obtidos e sem indicação da qualidade dos serviços prestados, bem como o grau de satisfação do contratante não poderá ser considerado válido, especialmente porque esta contratação visa preponderantemente avaliar a qualidade dos serviços oferecidos pela licitante;
- O documento também deve conter a razão social, o CNPJ, o endereço e as informações de contato tanto de quem emite o atestado (pessoa responsável) quanto da empresa licitante;
- O atestado de capacidade técnica pode ser apresentado em nome da matriz ou da filial da empresa licitante;
- Será admitido, para fins de comprovação de serviços prestados, a apresentação e o somatório de diferentes atestados de prestação de serviços de publicidade institucional, contemplando os serviços que serão prestados no Município de Pedreira, pois essa situação equivale, para fins de comprovação de capacidade técnico-operacional, a uma única contratação;
- A licitante disponibilizará todas as informações necessárias à comprovação da legitimidade dos atestados, apresentando, quando solicitado pela Administração, cópia do contrato que deu suporte à contratação, endereço atual da contratante, local em que foram prestados os serviços, entre outros;
- Os atestados deverão referir-se a serviços prestados no âmbito de sua atividade econômica principal ou secundária especificadas no contrato social vigente;
- Considerando que se trata de serviços contínuos, requer-se a inclusão em Edital da regra contida no artigo 67, § 5º da Lei 14.133/21³;

4.2. QUALIFICAÇÃO TÉCNICA ESPECÍFICA: Somente poderão participar da licitação agências de propaganda oficialmente constituídas com essa finalidade, devendo constar no quadro de atividades da empresa, CNAES típicos do exercício de tais atividades.

4.2.1. Certificado de qualificação técnica de funcionamento, emitido pelo Conselho Executivo das Normas-Padrão (CENP) ou por entidade equivalente legalmente reconhecida como fiscalizadora e certificadora das condições técnicas de agências de propaganda, conforme disposto no § 1º do art.º. 4º da Lei nº 12.232/2010.

³ § 5º Em se tratando de serviços contínuos, o edital poderá exigir certidão ou atestado que demonstre que o licitante tenha executado serviços similares ao objeto da licitação, em períodos sucessivos ou não, por um prazo mínimo, que não poderá ser superior a 3 (três) anos.



Prefeitura Municipal de Pedreira

ESTADO DE SÃO PAULO

SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO

- o certificado de qualificação técnica de funcionamento emitido para a matriz da agência valerá para a filial;
- o documento obtido no site do CENP ou da entidade equivalente terá sua validade verificada pela Comissão de Contratação.

4.2.2. Pessoal qualificado: Nos termos da LEI Nº 4.680, DE 18 DE JUNHO DE 1965 e do Decreto Federal DECRETO Nº 57.690, DE 01 DE FEVEREIRO DE 1966 e suas alterações, as atividades realizadas pela Agência e que são típicas da publicidade e da propaganda somente podem ser exercidos por profissionais habilitados na área.

- A regulamentação federal acima descrita exige que os profissionais que atuem nessas atividades tenham formação e registro profissional. Há inclusive a exigência de prova de matrícula para os estudantes que ainda não concluíram sua formação. De modo que o licitante deverá comprovar que possui em seu quadro permanente profissionais qualificados e disponíveis para a execução do contrato, abrangendo, no mínimo, as áreas de planejamento, atendimento, criação e mídia.
- A comprovação se dará por meio de certificados de conclusão de cursos de graduação, pós-graduação, técnicos ou livres – desde que reconhecidos pela entidade de classe -, que tenham relação direta com as áreas descritas e que atendam aos critérios definidos pela legislação citada. E justamente por conta da determinação legal própria da atividade profissional, a comprovação do tempo de trabalho específico nessa atividade poderá ser utilizada para complementação da qualificação, mas não poderá ser considerada suficiente para a validação da qualificação técnica mínima exigida.

E nesse tocante, a fim de esclarecer que a qualificação técnica específica é essencial para o atendimento da legislação especial, temos:

“A contratação de serviços de publicidade por entes públicos de qualquer dos poderes da União, Estados e Municípios só pode ser feita através de Agências de Publicidade, pessoas jurídicas de características próprias e que, para participarem de certames seletivos e serem contratadas, devem contar com certificação de qualificação técnica. A lei que regula e normatiza a contratação dos serviços publicitários não faz qualquer exceção ou permite entendimento diferente. É o que ensina Marçal Justen Filho em (Comentários à Lei de Contratos de Publicidade da Administração - Lei no 12.232/2010 - Editora Fórum – 2020, pag.147).”

De qual sorte que, somente estarão aptas à futura contratação, licitantes que atendam plenamente ao critério de qualificação técnica específica acima descrita. Ressalta-se, a Lei nº 12.232/2010 determina que a prestação de serviços de publicidade pelo Poder Público deve ocorrer **necessariamente por meio de agência de propaganda**, o que constitui requisito legal e não restrição indevida.



Prefeitura Municipal de Pedreira

ESTADO DE SÃO PAULO

SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO

Isso implica em afirmar, portanto, que não há limitações artificiais ou especificações excessivas que reduzam a competitividade; ao contrário, os critérios são aqueles estritamente necessários para assegurar a seleção de empresa tecnicamente capacitada e juridicamente habilitada à execução do objeto.

4.3. QUALIFICAÇÃO ECONÔMICO-FINANCEIRA

A empresa deverá comprovar que possui plena condição econômico-financeira de executar o contrato integralmente até seu término, em situação de estabilidade financeira que lhe permita suportar os riscos previsíveis e ordinários de qualquer tipo de negócio sem causar impacto negativo no cumprimento do objeto contratado, nos termos do disposto pelo artigo 69 da Lei 14.133/21. Essa medida visa sanear problemas de fornecimento verificados em licitações anteriores e que resultaram em prejuízos na execução de contratos na Prefeitura Municipal de Pedreira.

A licitante deverá, dessa forma, apresentar:

- Balanço patrimonial e demonstrações contábeis dos últimos dois exercícios, já exigíveis e apresentados na forma da lei, que comprovem a boa situação financeira da empresa, vedada a sua substituição por balancetes ou balanços provisórios, podendo ser atualizados por índices oficiais quando encerrados há mais de 03 (três) meses da data da apresentação da proposta.
- A demonstração da boa situação financeira será realizada de forma objetiva, nos termos da Lei Federal n.º 14.133/21, com as alterações introduzidas posteriormente, comprovando que a licitante possui os seguintes Índices Contábeis:

1. ILG = igual ou superior a 1,00

2. ILC = igual ou superior a 1,00

3. IE = igual ou inferior a 0,50

I - Tais índices serão calculados conforme segue:

$$ILG = (AC + RLP) / (PC + ELP)$$

$$ILC = (AC / PC)$$

$$IE = (PC + ELP / AT)$$

ONDE:

*ILG = Índice de Liquidez Geral;

*ILC = Índice de Liquidez Corrente;

*AC = Ativo Circulante;

*IE = Índice de Endividamento;

*PC = Passivo Circulante;

*RLP = Realizável a Longo Prazo;

*ELP = Exigível a Longo Prazo; e

*AT = Ativo Total.



Prefeitura Municipal de Pedreira

ESTADO DE SÃO PAULO

SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO

- Comprovação de que a empresa licitante possui capital social com valor de, no mínimo, 10% (dez por cento) do valor formulado em sua proposta de preços.

4.4.OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA

- 4.4.1.** Prestar integralmente o serviço, de acordo com o detalhamento expresso no presente Estudo Técnico Preliminar, observando rigorosamente as normas contidas neste estudo;
- 4.4.2.** Comunicar imediatamente o CONTRATANTE qualquer ocorrência ou anormalidade durante a prestação dos serviços;
- 4.4.3.** Substituir, às suas expensas, no total ou em parte, o objeto do contrato em que se verificarem vícios, defeitos ou incorreções em relação às especificações do E.T.P.;
- 4.4.4.** Assumir total responsabilidade sobre os serviços prestados, objeto deste estudo e responsabilizar-se por quaisquer prejuízos que sejam causados ao CONTRATANTE ou a terceiros;
- 4.4.5.** Manter durante toda a execução do contrato, as condições de habilitação e qualificação que lhe foram exigidas incluída a certificação de qualificação técnica de funcionamento de que tratam o artigo 4o e seu parágrafo primeiro da Lei 12.232/2010;
- 4.4.6.** Cumprir todas as leis e posturas, federais, estaduais e municipais pertinentes e responsabilizar-se por todos os prejuízos decorrentes de infração a que houver dado causa, bem assim, quando for o caso, a legislação estrangeira com relação a trabalhos realizados ou distribuídos no exterior;
- 4.4.7.** Apresentar, quando solicitado pela CONTRATANTE, a comprovação de estarem sendo satisfeitos todos os seus encargos e obrigações trabalhistas, previdenciários e fiscais.
- 4.4.8.** Responder perante a CONTRATANTE e fornecedores por eventuais prejuízos e danos decorrentes de sua demora, omissão ou erro, na condução dos serviços de sua responsabilidade, na veiculação de publicidade ou em quaisquer serviços objeto deste contrato.
- 4.4.9.** Garantir a prestação contínua do serviço, durante todo o período contratual, assegurando que não ocorram interrupções na prestação dos serviços durante sua vigência;
- 4.4.10.** Executar todos os contratos, tácitos ou expressos, firmados com fornecedores e veículos, bem como responder por todos os efeitos desses contratos perante seus signatários e a própria CONTRATANTE.
- 4.4.11.** Planejar, conceber, criar, mensagens e peças para comunicação digital e posterior desenvolvimento, realização, produção, veiculação, implementação de *tags* e monitoramento do material aprovado.
- 4.4.12.** Executar o plano publicitário, incluindo orçamento e realização das peças publicitárias (Criação e Produção) e a compra, distribuição e controle da publicidade nos veículos contratados (Execução de Mídia on-line e off-line);



Prefeitura Municipal de Pedreira

ESTADO DE SÃO PAULO

SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO

- 4.4.13.** Identificar a partir da análise dos públicos e/ou regiões as quais o conceito, ideia, marca, política pública ou serviço encontre melhor possibilidade de assimilação.
- 4.4.14.** Criar e desenvolver formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando à expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias;
- 4.4.15.** Elaborar plano estratégico e plano de mídia, incluindo pesquisa, levantamento de perfil do target (público-alvo), avaliação de políticas públicas, estudos dos meios de publicidade e plano de mídia.
- 4.4.16.** Realizar atividades necessárias que contemple desde o planejamento à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas, observado o disposto no artigo 3º da Lei Federal nº 12.232/2010;
- 4.4.17.** Elaborar relatórios de Campanha e Projetos, em formato de apresentação, contendo objetivos, defesa, ações desenvolvidas, Mídias utilizadas, peças criadas e produzidas, orçamentos e indicadores de resultados.
- 4.4.18.** Monitorar e controlar as inserções publicitárias (Mídias contratadas), por meio de relatório mensal com comprovação das veiculações no ato da emissão da nota, sendo que, para as veiculações em mídias de massa (TV aberta, rádio, jornal, revista, internet e redes sociais/mídias digitais).
- 4.4.19.** Apresentar relatório de comprovação das veiculações em mídias de massa, produzido por empresa independente e especializada em aferição ou auditoria de veiculação de mídia.
- 4.4.20.** Manter, por si, por seus prepostos e contratados, irrestrito e total sigilo sobre quaisquer dados que lhe sejam fornecidos, sobretudo quanto à estratégia de atuação da CONTRATANTE.
- 4.4.21.** 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, conforme determina o artigo 17 da Lei Federal nº 12.232/2010;
- 4.4.22.** Comunicar ao CONTRATANTE, no prazo mínimo de **03 (três) dias úteis** antes do prazo fixado para a entrega do objeto, qualquer ocorrência anormal que impeça a entrega ou a prestação do serviço;
- 4.4.23.** A CONTRATADA atuará por ordem e conta da CONTRATANTE, em conformidade com o art.º. 3º da Lei nº 4.680/1965, na contratação de fornecedores de bens e de serviços especializados, para a execução das atividades complementares de veículos e demais meios de divulgação, para a transmissão de mensagens publicitárias.
- 4.4.24.** Cabe à **CONTRATADA** efetuar os pagamentos a fornecedores de bens e de serviços especializados e a veículos de divulgação.



Prefeitura Municipal de Pedreira

ESTADO DE SÃO PAULO

SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO

4.4.25. Será permitida a subcontratação dos serviços por meio de profissionais ou fornecedores preferencialmente de Pedreira, com exceção daqueles que devem ser prestados necessariamente pela agência de propaganda a ser contratada.

4.4.26. Deverá executar outros serviços que estejam compreendidos no âmbito de atuação das agências de publicidade, de acordo com as demandas municipais

4.5. OBRIGAÇÕES DA CONTRATANTE:

4.5.1. Cumprir todos os compromissos financeiros assumidos com a CONTRATADA.

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

4.5.3. Fornecer e colocar à disposição da CONTRATADA todos os elementos e informações que se fizerem necessários à execução dos serviços.

4.5.4. Verificar o cumprimento das cláusulas contratuais relativas aos honorários devidos à contratação de fornecedores de bens e serviços pela CONTRATADA.

4.5.5. Proporcionar todas as facilidades indispensáveis à boa execução das obrigações contratuais, promover os pagamentos dentro do prazo estipulado para tal, bem como fornecer atestado de fornecimento quando solicitado, desde que atendidas as obrigações contratuais;

4.5.6. A juízo da CONTRATANTE, a campanha publicitária integrante da Proposta Técnica que a CONTRATADA apresentou na concorrência de que deu origem a este contrato poderá ou não vir a ser produzida e distribuída durante sua vigência, com ou sem modificações.

4.6. DO PRAZO DE DURAÇÃO DO CONTRATO

4.6.1. O prazo de prestação dos serviços será de 12 (doze) meses, com início a partir do próximo dia útil do término do fluxo de assinaturas do instrumento contratual ou em outra data a ser informada pela Divisão de Contratos e Aditivos deste Município;

4.6.2. Considerando a natureza continuada do serviço a ser contratado, o prazo de prestação do objeto poderá ser sucessivamente prorrogado, respeitando a vigência máxima decenal, nos termos dos arts. 106 e 107 da Lei nº 14.133/2021, **mediante comprovação da vantajosidade de manutenção da contratação e avaliação periódica de qualidade e desempenho** da agência contratada.

4.7. DOS PRAZOS DE EXECUÇÃO DOS SERVIÇOS

Tendo em vista a complexidade dos serviços, elaborou-se uma tabela estimativa com prazos das etapas do processo de prestação de serviços de publicidade e suas descrições. Apesar disso, a critério da Prefeitura Municipal de Pedreira, em mútuo acordo com a contratante, novos prazos poderão ser definidos a cada demanda, considerando a natureza e a complexidade da atividade solicitada.



Prefeitura Municipal de Pedreira

ESTADO DE SÃO PAULO

SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO

Cronograma estimativo:

Etapa	Descrição	Prazo Estimado
Planejamento Estratégico	Desenvolvimento do plano de comunicação, definição de objetivos, estratégias de mídia e orçamento.	10 a 15 dias úteis
Pesquisa e Diagnóstico	Levantamento de dados e informações para embasar a criação de campanhas publicitárias.	5 a 10 dias úteis
Criação de Peças Publicitárias	Elaboração das peças gráficas e audiovisuais (anúncios, cartazes, vídeos, spots, etc.).	15 a 20 dias úteis
Aprovação das Peças pela Administração	Revisão e aprovação das peças pela comissão da Administração Pública.	5 a 7 dias úteis
Produção e Edição de Conteúdo	Produção dos materiais publicitários finais (vídeos, spots, impressos, etc.).	10 a 15 dias úteis
Compra de Mídia e Veiculação	Compra e negociação de espaços publicitários e início da veiculação nas mídias definidas.	10 a 15 dias úteis
Monitoramento e Ajustes	Acompanhamento da performance das campanhas, com ajustes, se necessário.	Contínuo durante a campanha
Relatórios de Resultados	Elaboração e entrega de relatórios detalhados sobre a performance da campanha.	5 a 10 dias úteis após a veiculação
Avaliação Final e Fechamento do Processo	Análise de resultados finais e ajustes no planejamento para futuras campanhas.	5 a 10 dias úteis após a veiculação

Os serviços deverão ser entregues e/ou prestados pela contratada dentro do prazo pactuado entre a contratada e contratante, mediante emissão do documento competente. **O local e forma de entrega dos serviços será definido a cada solicitação de demanda**, considerando que poderão ser entregues serviços em meio digital, em impressos específicos, por meio da divulgação em veículo de comunicação ou, ainda, em local determinado para a entrega específica de material ou peça. Assim, o local e forma de entrega serão adequados a cada solicitação realizada para a contratada.

4.8. DOS TRIBUTOS E DESPESAS

Constituirão encargos exclusivos da CONTRATADA o pagamento de tributos, tarifas, emolumentos e despesas decorrentes da formalização do(s) contrato(s), bem como custos com funcionários, entregas e demais obrigações.



Prefeitura Municipal de Pedreira

ESTADO DE SÃO PAULO

SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO

4.9. DISPOSIÇÕES GERAIS

- a) A licitante deverá manter atualizados os números de telefone fixo e móvel (inclusive WhatsApp), correio eletrônico, endereço e demais formas oficiais de comunicação durante toda a vigência do contrato, devendo comunicar a Secretaria de Governo e o Gestor do Contrato sobre qualquer alteração na forma de contato;
- b) Destaca-se que as notificações oficiais a respeito de temas como termos aditivos e de apostilamento, prorrogação de contrato(s), instauração de processo(s) administrativo(s), aplicações de multas, sanções e demais penalidades cabíveis, além de quaisquer outros temas que exijam manifestação formal e oficial da licitante vencedora, serão feitas pelo endereço de e-mail descritos na proposta da CONTRATADA, sendo que qualquer modificação deverá ser comunicada por escrito no endereço de **e-mail contratos@pedreira.sp.gov.br**, sendo necessário solicitar protocolo de recebimento.

Ao Setor de Licitações fica ainda atribuída a atuação como primeira linha de defesa no controle, prevenção e saneamento de inconsistências de natureza meramente formais, **mencionando no momento da elaboração do Edital a adequação que realizou e, ainda, expressamente alertando licitantes que em caso de divergência deverá PREVALECER as regras contidas no Edital de Licitações, nos termos do que prevê o artigo 169, § 3º, inciso I da Lei 14.133/21⁴.**

5. VISTORIA

Não se aplica para o objeto pretendido.

6. EXECUÇÃO CONTRATUAL

A forma de execução do contrato será indireta, pelo regime de empreitada unitária.

Haverá exigência de garantia para a execução contratual, nos seguintes moldes:

- a) No primeiro ano de contrato se exigirá 5% (cinco por cento) do valor contratado;
- b) Nos anos seguintes, havendo prorrogação, o montante será atualizado para o valor anual do contrato, mantendo-se o percentual de 5% (cinco por cento);

⁴ Art. 169. As contratações públicas deverão submeter-se a práticas contínuas e permanentes de gestão de riscos e de **controle preventivo**, inclusive mediante adoção de recursos de tecnologia da informação, e, além de estar subordinadas ao controle social, sujeitar-se-ão às seguintes linhas de defesa:

I - primeira linha de defesa, integrada por servidores e empregados públicos, **agentes de licitação** e autoridades que atuam na estrutura de governança do órgão ou entidade; (...)

§ 3º Os integrantes das linhas de defesa a que se referem os incisos I, II e III do **caput** deste artigo observarão o seguinte:

I - **quando constatarem simples impropriedade formal, adotarão medidas para o seu saneamento** e para a mitigação de riscos de sua nova ocorrência, preferencialmente com o aperfeiçoamento dos controles preventivos e com a capacitação dos agentes públicos responsáveis; (negritos nossos)



Prefeitura Municipal de Pedreira

ESTADO DE SÃO PAULO

SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO

Vale transcrever, novamente, a orientação contida no GUIA DE LICITAÇÕES DO SINAPRO (ANEXO II do ETP):

O contrato fixará prazo mínimo de um mês, contado da data da homologação da licitação e anterior à assinatura do contrato, para a prestação da garantia pelo contratado, quando optar pela modalidade de seguro-garantia.

A garantia poderá ser de até 5% (cinco por cento) do valor inicial do contrato. Sendo que nas contratações de serviços de natureza contínua, com vigência superior a um ano e nas subsequentes prorrogações, será utilizado o valor anual do contrato para definição e aplicação do percentual previsto em contrato.

Repise-se, o prazo de vigência do Contrato deverá ser de 12 (doze) meses, começando a partir do próximo dia útil do término do fluxo de assinaturas do instrumento contratual ou em outra data a ser informada pela Divisão de Contratos e Aditivos deste Município, podendo o contrato ser prorrogado sucessivamente, respeitando a **vigência máxima decenal, nos termos dos arts. 106 e 107 da Lei nº 14.133/2021.**

7. GESTÃO E FISCALIZAÇÃO CONTRATUAL

A contratação com a pessoa jurídica vencedora se fará por meio de CONTRATO, conforme Minuta a ser disponibilizada, considerando a proposta apresentada e disposições legais, vinculando a pessoa jurídica vencedora aos termos do Edital e demais anexos, à proposta apresentada e as disposições da Lei nº 14.133/2021 e suas alterações. A presente contratação incluirá cláusula de gerenciamento do risco, que será elaborada a partir do MAPA DE ALOCAÇÃO DE RISCO que acompanhou o Estudo Técnico Preliminar.

A rotina de Gestão e Fiscalização Contratual será realizada conforme o disposto no Decreto nº 3.790, de 21 de julho de 2023, constante no site do Município de Pedreira/SP. Nesse tocante, **deverão ser nomeados, no momento processual adequado, os servidores indicados no Estudo Técnico Preliminar para atuarem como Fiscais do contrato, responsabilizando pelas atividades descritas em Decreto Municipal. Link de acesso do Decreto: <https://pedreira.sp.gov.br/decretos-licitacao/decreto-n-3790-de-21-de-julho-de-2023>.**

8. CRITÉRIOS DE MEDIÇÃO E PAGAMENTO

8.1. DO RECEBIMENTO DO OBJETO

8.1.1. O objeto, em cada uma das entregas (demandas) do serviço prestado, será recebido provisoriamente por até 02 (dois) dias úteis, contados da entrega formal da demanda requerida;



Prefeitura Municipal de Pedreira

ESTADO DE SÃO PAULO

SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO

- 8.1.2. O recebimento de cada demanda específica, dar-se-á definitivamente no prazo de 03 (três) dias úteis após o recebimento provisório, uma vez verificado o atendimento integral das especificações técnicas;
- 8.1.3. Constatadas quaisquer irregularidades, seja no ato do recebimento ou durante o período de recebimento provisório, a CONTRATANTE poderá:
- a) Se disser respeito à especificação, rejeitá-lo no todo ou em parte, determinando sua substituição ou rescindindo a contratação, sem prejuízo das penalidades cabíveis. Na hipótese de substituição, a CONTRATADA deverá fazê-la em conformidade com a indicação do CONTRATANTE, no prazo máximo de **24 (vinte e quatro) horas**, contados da notificação por escrito, mantido o preço inicialmente contratado;
 - b) Se disser respeito à diferença de quantidade ou de partes, determinar sua complementação ou rescindir a contratação, sem prejuízo das penalidades cabíveis. Na hipótese de complementação, a CONTRATADA deverá fazê-la em conformidade com a indicação da CONTRATANTE, no prazo máximo de **24 (vinte e quatro) horas**, contados da notificação por escrito, mantido o preço inicialmente contratado.

Ressalte-se, acerca da gestão e fiscalização contratual, que a minuta de contrato e o contrato a ser firmado **deverão prever em cláusula específica a matriz de riscos, tendo por base o mapa de alocação de riscos**, que acompanhou o ETP como anexo VI, em cumprimento das disposições contidas na atual legislação de contratações públicas.

Somente poderão integrar a nota fiscal para pagamento mensal dos serviços prestados, aquelas demandas que foram efetivamente aprovadas, com recebimento definitivo pela Secretaria de Governo.

8.2. DA LIQUIDAÇÃO E PAGAMENTO

Os pagamentos do objeto deste Termo de Referência serão efetuados diretamente pelo CONTRATANTE, por meio da sua Tesouraria.

A CONTRATADA deverá fazer **fechamento mensal das demandas cumpridas no período**, ou seja, deverá emitir a primeira Nota Fiscal após 30 (trinta) dias consecutivos do início do da prestação do serviço, e as demais notas fiscais a cada 30 (trinta) dias.

O pagamento se dará em até 30 (trinta) dias consecutivos após a liquidação da Nota Fiscal/Fatura pela Secretaria solicitante. Juntamente a cada Nota Fiscal emitida deverá ser apresentado o “Termo de Recebimento Definitivo” ou “Recibo”, que deverão vir com o aceite dos fiscais do contrato. Nas notas fiscais emitidas também devem constar os dados bancários da contratada para pagamento.

O **prazo para liquidação da nota fiscal** será **de até 10 (dez) dias**, a contar do recebimento e aceite da nota fiscal pela Administração. Em caso de atraso no pagamento de valores devidos



Prefeitura Municipal de Pedreira

ESTADO DE SÃO PAULO

SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO

à contratada, o contratante deverá quitar o respectivo valor com a devida correção monetária através do índice INPC/IBGE ou qualquer outro índice que vir a substituí-lo.

Nos termos do art. 16, da Portaria Conjunta RFB/PGFN nº. 1.751, de 2 de outubro de 2014, será exigido da contratada a cada pagamento realizado, a comprovação da regularidade fiscal, no caso em que os documentos apresentados estiverem vencidos.

Desde que solicitado, o reajuste é devido a cada 12 (doze) meses, a contar da data prevista no referido edital para apresentação da proposta de preço(s) pela contratada, onde o(s) item(ns) do(s) lote(s) será(ão) reajustado(s) de acordo com o índice INPC/IBGE, ou qualquer outro índice que venha substituí-lo.

A prestação do serviço descrito no presente termo de referência ficará sujeito à incidência do imposto de renda na fonte, conforme previsto na legislação federal vigente (Instrução Normativa nº 1.234/2012 da Receita Federal do Brasil ou superveniente), para a matéria. As retenções serão realizadas no momento do pagamento dos valores decorrentes do fornecimento dos bens contratados, uma vez atestados e liquidados, mediante recolhimento aos cofres municipais, nos termos do inciso I do artigo 158 da Constituição de 1988. Uma cópia da Declaração do Imposto de Renda Retido na Fonte (DIRF) realizada pelo contratante, Prefeitura Municipal de Pedreira/SP, será entregue ao contratado em até 60 (sessenta) dias após sua transmissão eletrônica à Receita Federal do Brasil.

O(s) pagamento(s) será(ão) feito(s) através de transferência bancária, sendo vedado(s) a(s) emissão(ões) de boleto(s) bancário(s).

9. FORMA E CRITÉRIOS DE SELEÇÃO DE FORNECEDOR E REGIME DE EXECUÇÃO

9.1. DA FORMA DE SELEÇÃO E CRITÉRIO DE JULGAMENTO DA PROPOSTA:

A agência prestadora do serviço será selecionada por meio da realização de procedimento licitatório, na modalidade **CONCORRÊNCIA**, em sua forma **PRESENCIAL**, critério de julgamento **TÉCNICA E PREÇO** (melhor desconto), pelo período de **12 (DOZE) MESES**, sendo prorrogáveis nos termos dos arts. 106 e 107 da Lei Federal nº 14.133/2021. A licitação deverá atender integralmente ao disposto na Lei Federal nº 12.232/2010, inclusive no que cinge ao julgamento técnico pela subcomissão técnica a ser constituída. A proposta técnica terá peso de 70% na nota final da licitante, enquanto a proposta de preço terá peso de 30% na nota final da licitante. A Nota Final (NF) será calculada com duas casas decimais e obtida pela seguinte fórmula:

$$NF = (NPT \times 7) + (NPP \times 3) / \text{PESO } 1(70) + \text{PESO } 2(30)$$

ONDE:

NF = Nota Final

NPT = Nota Proposta Técnica

NPP = Nota Proposta de Preço



Prefeitura Municipal de Pedreira

ESTADO DE SÃO PAULO

SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO

Cada uma das notas poderá ser de no máximo 100 pontos.

A Secretaria Municipal de Governo de Pedreira opta por atribuir como peso 70% à proposta técnica e 30% à proposta de preço em razão da natureza do serviço, que exige a contratação das licitantes melhores qualificadas levando em consideração o **briefing** apresentado. Essa distribuição da valoração está dentro dos limites legais estabelecidos para essa modalidade licitatória e é a que melhor atende as necessidades da Administração Pública para a presente contratação.

9.1.1. FORMA DE ENTREGA DA PROPOSTA TÉCNICA

A Proposta Técnica deverá ser entregue acondicionada nos Invólucros 1, 2 e 3, que deverão ser detalhadamente descritos no Edital de Licitações e, por sua vez, informará ainda local e data para entrega dos Invólucros. Os invólucros que deverão constar no Edital de Licitação para a proposta técnica são:

- 9.1.1.1. **Invólucro 1:** Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada;
- 9.1.1.2. **Invólucro 2:** Plano de Comunicação Publicitária - Via Identificada;
- 9.1.1.3. **Invólucro 3:** Cadernos Específicos de: Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação.

9.1.2. FORMA DE APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA

- 9.1.2.1. A proposta técnica será apresentada em três vias distintas, sendo duas delas destinadas ao plano de comunicação, e outra para o conjunto de informações referentes ao licitante (Invólucros 1, 2 e 3)
- 9.1.2.2. A licitante deverá apresentar o Plano de Comunicação Publicitária, nos termos do que prevê o artigo 7º da Lei 12.232/2010.
- 9.1.2.3. A estrutura da proposta técnica deverá atender, obrigatoriamente ao seguinte:

QUESITOS	SUBQUESITOS
1. Plano de Comunicação Publicitária	
	1.1. Raciocínio Básico
	1.2. Estratégia de Comunicação Publicitária
	1.3. Ideia Criativa
	1.4. Estratégia de Mídia e não mídia
2. Capacidade de Atendimento	
3. Repertório	
4. Relatos de Soluções de problemas de comunicação	

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



Prefeitura Municipal de Pedreira

ESTADO DE SÃO PAULO

SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO

9.1.3. Quesito 1: Plano de Comunicação Publicitária – (Via Não Identificada) deverá ser apresentado de acordo com a seguinte formatação:

- a) Em papel tipo sulfite, A4 – com até 90 g/m² branco;
- b) Caderno único, orientação retrato, com espiral preto colocado à esquerda, capa e contracapa em papel sulfite branco, formato A4, branco e com até 90 g/m²;
- c) Espaçamento de 2 cm, nas margens direita e esquerda, a partir da borda; d) Títulos, entre títulos, parágrafos e linhas subsequentes sem recuos;
- d) Espaçamento “simples” entre linhas e opcionalmente duplo entre parágrafos, títulos e subtítulos.
- e) Alinhamento justificado do texto.
- f) Texto e numeração de páginas em fonte “Arial”, cor “automático”, corpo 12 (doze);
- g) Numeração em todas as páginas, em fonte Arial 12, pelo editor de textos, a partir da primeira página interna, em algarismos arábicos, canto inferior direito.
- h) Sem identificação da licitante;
- i) Os subquesitos Raciocínio Básico e Estratégia de Comunicação Publicitária – Via não Identificada - poderão ter gráficos, quadros, tabelas ou planilhas, observadas as seguintes orientações:
 - poderão ser editados em cores;
 - os dados e informações deverão ser editados na fonte Arial e poderão ter tamanho entre 08 e 12 pontos;
 - as páginas em que estiverem inseridos poderão ser apresentadas em papel A3 dobrado e poderão ser impressas na orientação paisagem. Nesse caso, cada folha de papel A3 será computada como 02 (duas) páginas de papel A4;
- j) Os gráficos, quadros, tabelas ou planilhas integrantes do subquesito Estratégia de Mídia e Não Mídia poderão:
 - ser editados em cores;
 - ter fontes e tamanhos de fonte habitualmente utilizados nesses documentos;
 - ter qualquer tipo de formatação de margem;
 - ser apresentados em papel A3 dobrado.
- k) As páginas em que estiverem inseridos os gráficos, tabelas e planilhas desse subquesito poderão ser impressas na orientação paisagem.
- l) Os exemplos de peças integrantes do subquesito Ideia Criativa deverão ser apresentados separadamente do caderno, observada a dimensão do Invólucro 1.



Prefeitura Municipal de Pedreira

ESTADO DE SÃO PAULO

SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO

- Os textos do Raciocínio Básico, da Estratégia de Comunicação Publicitária estão limitados, no conjunto, a 10 (dez) páginas.
- Os textos da Estratégia de Mídia e Não Mídia não têm limitação quanto ao número de páginas, mas cabe às licitantes atentarem especialmente para a capacidade de documentos que atenda às dimensões do Invólucro 1.
- Para fins desta concorrência, consideram-se como não mídia os meios publicitários (off-line) que não implicam a compra de espaço ou tempo em veículos de divulgação, para a transmissão de mensagens a públicos determinados.
- Poderão ser utilizadas páginas isoladas com a finalidade de indicar o Plano de Comunicação Publicitária e seus subquestos. Essas páginas não serão computadas no limite de páginas.

9.1.3.1. A licitante deverá apresentar o Plano de Comunicação Publicitária (via não identificada) com base no **Briefing** (Anexo I), observadas as seguintes orientações:

- a) **Subquesto 1** - Raciocínio Básico - apresentação em que a licitante descreverá:
 - i. análise das características e especificidades da Prefeitura Municipal de Pedreira e do seu papel no contexto no qual se insere;
 - ii. diagnóstico relativo às necessidades de comunicação publicitária identificadas;
 - iii. compreensão do desafio e dos objetivos de comunicação estabelecidos no **Briefing**.
- b) **Subquesto 2** - Estratégia de Comunicação Publicitária - apresentação e defesa da Estratégia proposta pela licitante para superar o desafio e alcançar os objetivos de comunicação, com base no **Briefing**, compreendendo:
 - i. explicitação e defesa do partido temático e do conceito que fundamentam a proposta de solução publicitária;
 - ii. proposição e defesa dos pontos centrais da Estratégia de Comunicação Publicitária, especialmente: o que dizer; a quem dizer; como dizer; quando dizer e que meios, instrumentos ou ferramentas de divulgação utilizar.
- c) **Subquesto 3** - Ideia Criativa - apresentação da proposta de campanha publicitária, contemplando os seguintes conteúdos:
 - i. relação de todas as peças publicitárias que a licitante julga necessárias para superar o desafio e alcançar os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing, com a descrição de cada uma;
 - ii. exemplos das peças, constantes da relação prevista na alínea anterior, que a licitante julga mais adequadas para corporificar e ilustrar objetivamente sua proposta de campanha publicitária,



Prefeitura Municipal de Pedreira

ESTADO DE SÃO PAULO

SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO

- d) **Subquesto 4** - Estratégia de Mídia e Não Mídia - constituída de apresentação e defesa das soluções de mídia e não mídia recomendadas, em consonância com a Estratégia de Comunicação Publicitária proposta, contemplando:
- i. estratégia de mídia: proposição e defesa dos meios e dos recursos próprios de comunicação da Prefeitura Municipal de Pedreira a serem utilizados para o alcance dos objetivos da campanha, sob a forma de textos, tabelas, gráficos ou planilhas;
 - ii. tática de mídia: detalhamento da estratégia de mídia, por meio da apresentação e defesa dos critérios técnicos considerados na seleção dos veículos de divulgação e na definição dos respectivos investimentos, dos formatos e períodos de veiculação, sob a forma de textos, tabelas, gráficos ou planilhas;
 - iii. plano de mídia: composto por planilhas de programação das inserções sugeridas, contendo os valores por veículos de divulgação, formatos das peças, períodos de veiculação, quantidade de inserções, nomes de programas, faixas horárias, custos relativos (CPM, CPP, CPC etc.) e demais informações que a licitante considerar relevantes;
 - iv. simulação dos parâmetros de cobertura e frequência previstos no plano de mídia (para os meios em que seja possível a mensuração dessas variáveis), sob a forma de textos, tabelas, gráficos ou planilhas.
- 9.1.3.2. O **Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada** deverá constituir-se em cópia do Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada, sem os exemplos de peças publicitárias da Ideia Criativa, com a finalidade de proporcionar a correlação segura de autoria, observadas as seguintes características:
- a) ter a identificação da licitante;
 - b) ser datado;
 - c) estar assinado na última página e rubricado nas demais, por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.
- 9.1.4. Quesito 2 - Capacidade de Atendimento:** a licitante deverá apresentar as informações que constituem o quesito em CADERNO ESPECÍFICO, orientação retrato, com ou sem uso de cores, em formato A4, ou A3 dobrado, numerado sequencialmente a partir da primeira página interna, rubricado em todas as páginas e assinado na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.
- 9.1.4.1. O caderno específico mencionado não poderá apresentar informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, que possibilite a identificação da autoria deste, antes da abertura do Invólucro nº 2.
-



Prefeitura Municipal de Pedreira

ESTADO DE SÃO PAULO

SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO

- 9.1.4.2. A Capacidade de Atendimento será constituída de textos, tabelas, quadros, gráficos, planilhas, diagramas, fotos e outros recursos, por meios dos quais a licitante deverá apresentar:
- relação nominal dos seus principais clientes à época da licitação, com a especificação do início de atendimento de cada um deles;
 - quantificação e qualificação, sob a forma de currículo resumido (no mínimo, nome, formação acadêmica e experiência), dos profissionais que poderão ser colocados à disposição da execução do contrato, discriminando-se as respectivas áreas de atuação;
 - infraestrutura e instalações da licitante que estarão à disposição da Prefeitura Municipal de Pedreira para a execução do contrato;
 - a sistemática operacional de atendimento na execução do contrato;
 - relação das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que colocará regularmente à disposição da Prefeitura Municipal de Pedreira, sem ônus adicionais, na vigência do contrato.
- 9.1.5. Quesito 3 - Repertório:** a licitante deverá apresentar os documentos, as informações e as peças que constituem o quesito em CADERNO ESPECÍFICO, orientação retrato, com ou sem uso de cores, em formato A4, ou A3 dobrado, numerado sequencialmente a partir da primeira página interna, rubricado em todas as páginas e assinado na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.
- 9.1.5.1. Os documentos, as informações e as peças mencionadas no subitem precedente não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, que possibilite a identificação da autoria deste, antes da abertura do Invólucro nº 2.
- 9.1.5.2. O Repertório será constituído de peças publicitárias concebidas e veiculadas, expostas ou distribuídas pela licitante.
- 9.1.5.3. A licitante deverá apresentar no mínimo 2 (duas) e no máximo 5 (cinco) peças publicitárias, independentemente do seu tipo ou característica e da forma de sua veiculação, exposição ou distribuição.
- 9.1.5.4. As peças publicitárias devem ter sido veiculadas, expostas ou distribuídas nos últimos 5 anos, anteriores à data da abertura da licitação.
- 9.1.5.5. As peças eletrônicas deverão ser fornecidas em pen drive ou outro meio digital, executáveis no sistema operacional Windows.
- 9.1.5.6. Para cada peça publicitária deverá ser apresentada ficha técnica com a indicação sucinta do problema que se propôs a resolver e a identificação da licitante e de seu cliente, título, data de produção, período de veiculação, exposição ou distribuição e, no caso de veiculação, menção de pelo menos um veículo que divulgou a peça.



Prefeitura Municipal de Pedreira

ESTADO DE SÃO PAULO

SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO

9.1.6. Quesito 4 - Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação: a licitante deverá apresentar os documentos, as informações e as peças que constituem o quesito em CADERNO ESPECÍFICO, orientação retrato, com ou sem uso de cores, em formato A4, numerado sequencialmente a partir da primeira página interna, rubricado em todas as páginas e assinado na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

9.1.6.1. Os documentos, as informações e as peças mencionadas no subitem precedente não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, que possibilite a identificação da autoria deste, antes da abertura do Invólucro nº 2.

9.1.6.2. A licitante deverá apresentar no mínimo 02 (dois) e no máximo 5(cinco) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação cada um com o máximo de 04 (quatro) páginas, em que serão descritas soluções publicitárias propostas pela licitante e implementadas por seus clientes, na superação de desafios de comunicação.

9.1.6.3. Os Relatos de que trata o subitem acima devem ter sido implementados nos últimos 5 anos anteriores à data da abertura da licitação.

9.1.7. FORMA DE JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS: A subcomissão Técnica, analisará as Propostas Técnicas das licitantes quanto ao atendimento das condições estabelecidas levados em conta como critério de julgamento técnico, os seguintes atributos da Proposta Técnica, em cada quesito ou subquesito:

QUESITOS/SUBQUESITOS		PONTOS	
1. Plano de Comunicação Publicitária, sendo:		Máximo de 65 pontos	
	1.1. Raciocínio Básico		10 pontos
	1.2. Estratégia de Comunicação Publicitária		20 pontos
	1.3. Ideia Criativa		20 pontos
	1.4. Estratégia de Mídia e Não Mídia		15 pontos
2. Capacidade de Atendimento		Máximo de 15 pontos	
3. Repertório		Máximo de 10 pontos	
4. Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação		Máximo de 10 pontos	
Pontuação máxima total		100 pontos para a PROPOSTA TÉCNICA	

9.1.7.1. Para estabelecimento da pontuação de cada quesito e subquesito, a Subcomissão Técnica realizará um exame comparativo entre as propostas apresentadas pelas licitantes e a gradação das pontuações atribuídas refletirá o maior ou menor grau de adequação de cada proposta, aos critérios de julgamento técnico estabelecidos na tabela acima, tendo em vista o contido no **Briefing, a coerência da proposta à**



Prefeitura Municipal de Pedreira

ESTADO DE SÃO PAULO

SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO

realidade municipal de Pedreira, o cumprimento do desafio proposto e a capacidade de atingimento dos objetivos.

- 9.1.7.2. A pontuação técnica de cada proposta corresponderá à soma dos pontos atribuídos aos quesitos.
- 9.1.7.3. Deverá ser desclassificada a Proposta Técnica que apresentar qualquer informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação da autoria do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, antes da abertura do Invólucro nº2.

9.1.8. FORMA DE ENTREGA DAS PROPOSTAS DE PREÇO

A Proposta de Preços deverá ser entregue acondicionada no Invólucro 4, que deverá ser detalhadamente descrito no Edital de Licitações e, por sua vez, informará ainda local e data para entrega do Invólucro.

O Invólucro no 4 deverá ser providenciado pelo 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, com atendimento dos demais requisitos que estarão definidos em Edital.

9.1.9. FORMA DE APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇO

A Proposta de Preços da licitante deverá ser elaborada de acordo com especificações e detalhamento procedimental que serão definidos no Edital e deverá estar:

- 9.1.9.1. Em caderno único, em papel que a identifique, com suas páginas numeradas sequencialmente, sem emendas ou rasuras, datada, assinada na última página e rubricada nas demais, por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.
- 9.1.9.2. A proposta deverá guardar correlação direta com a Tabela de Preços do SINPRO que acompanhou o ETP como anexo, atendendo aos parâmetros que estarão descritos no Edital.
- 9.1.9.3. O prazo de validade da Proposta de Preços deverá ser de 60 (sessenta) dias corridos, contados de sua apresentação.

9.1.10. FORMA DE JULGAMENTO DA PROPOSTA DE PREÇO

O critério de julgamento da proposta de preço será o de MELHOR DESCONTO, terá por referência os valores estipulados Tabela de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de São Paulo (TABELA SINPRO – anexo ao ETP).

A Proposta de Preço de cada licitante terá nota máxima de 100 pontos para compor a nota final, com peso de 30%, conforme apresentado na fórmula descrita no item 9.1.

Para fins de julgamento da proposta de preço, será considerado o **MELHOR DESCONTO** **aquele que conjugar critérios de menor cobrança de honorários com maior desconto.** Isto



Prefeitura Municipal de Pedreira

ESTADO DE SÃO PAULO

SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO

porque, para se calcular o melhor desconto deve-se considerar não apenas o percentual de desconto de determinadas atividades padrão, conforma a tabela referencial para esta licitação. Deve-se, ao revés, observar também quanto a Administração Municipal deixará de pagar em honorários nas atividades em que tal cobrança é devida. Portanto, a economia em honorários também representa uma forma de desconto e que deve compor o critério de julgamento para se atingir efetivamente o MELHOR DESCONTO.

A Proposta de Preço será julgada, portanto, considerando a MAIOR pontuação obtida pela licitante. Assim, será considerada a proposta de **MELHOR DESCONTO** aquela que atingir MAIOR pontuação.

A apuração do **MELHOR DESCONTO** será feita com base nos seguintes critérios:

9.1.10.1. Para cada uma das atividades listadas neste item a licitante receberá uma PONTUAÇÃO referente ao percentual de honorários, conforme a tabela que segue abaixo:

- a) produção e execução técnica externa, com a intermediação e supervisão da agência, de peças ou material (máximo 20 pontos)
- b) planejamento e a execução de pesquisas e de outros instrumentos, de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas ou a serem realizadas, com a intermediação e supervisões da agência. (máximo 20 pontos)
- c) criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias, com a intermediação e supervisão da agência (máximo 20 pontos)
- d) contratação de mídia digital com a intermediação da agência, quando o veículo não remunere a agência pelo desconto de agência (máximo 20 pontos)

Tabela de pontuação:

PONTOS	PERCENTUAL DE HONORÁRIOS
20	Até 10%
18	11%
15	12%
12	13%
10	14%
05	15%

9.1.10.2. Para as demais atividades a serem executadas pela Agência durante a prestação dos serviços, será atribuída pontuação relativa ao percentual o desconto sobre a Tabela de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de São Paulo (TABELA SINPRO – anexo do ETP), com pontuação máxima permitida de 20 pontos, nos parâmetros abaixo apresentados:



Prefeitura Municipal de Pedreira

ESTADO DE SÃO PAULO

SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO

PONTOS	DESCONTO SOBRE A TABELA DE CUSTO INTERNOS
20	De 50% ou acima de 50%
15	De 45% a 49%
12	De 40% a 44%
10	De 30% a 39%

9.1.10.3. A nota da Proposta de Preço corresponderá à soma dos pontos obtidos pela licitante em cada item, restrita ao máximo de 100 pontos.

9.1.11. FORMA DE ENTREGA DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO:

Os Documentos de Habilitação deverão ser entregues pelas licitantes acondicionados no Invólucro 5, que deverá ser detalhadamente descrito no Edital de Licitações e, por sua vez, informará ainda local e data para entrega do Invólucro.

O Invólucro no 5 deverá ser providenciado pelo 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, com atendimento dos demais requisitos que estarão definidos em Edital.

9.1.12. EXIGÊNCIAS DE HABILITAÇÃO:

Para fins de habilitação, deverá o licitante comprovar os seguintes requisitos:

a) HABILITAÇÃO JURÍDICA

- **Empresário individual:** inscrição no Registro Público de Empresas Mercantis, a cargo da Junta Comercial da respectiva sede.
- **Microempreendedor Individual - MEI:** Certificado da Condição de Microempreendedor Individual - CCMEI, cuja aceitação ficará condicionada à verificação da autenticidade no sítio <https://www.gov.br/empresas-e-negocios/pt-br/empreendedor>.
- **Sociedade empresária, sociedade limitada unipessoal** – SLU ou sociedade identificada como empresa individual de responsabilidade limitada - EIRELI: inscrição do ato constitutivo, estatuto ou contrato social no Registro Público de Empresas Mercantis, a cargo da Junta Comercial da respectiva sede, acompanhada de documento comprobatório de seus administradores.
- **Sociedade empresária estrangeira:** portaria de autorização de funcionamento no Brasil, publicada no Diário Oficial da União e arquivada na Junta Comercial da unidade federativa onde se localizar a filial, agência, sucursal ou estabelecimento, a qual será considerada como sua sede, conforme Instrução Normativa DREI/ME n.º 77, de 18 de março de 2020.



Prefeitura Municipal de Pedreira

ESTADO DE SÃO PAULO

SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO

- **Sociedade simples:** inscrição do ato constitutivo no Registro Civil de Pessoas Jurídicas do local de sua sede, acompanhada de documento comprobatório de seus administradores.
- **Filial, sucursal ou agência de sociedade simples ou empresária:** inscrição do ato constitutivo da filial, sucursal ou agência da sociedade simples ou empresária, respectivamente, no Registro Civil das Pessoas Jurídicas ou no Registro Público de Empresas Mercantis onde opera, com averbação no Registro onde tem sede a matriz.
- **Sociedade cooperativa:** ata de fundação e estatuto social, com a ata da assembleia que o aprovou, devidamente arquivado na Junta Comercial ou inscrito no Registro Civil das Pessoas Jurídicas da respectiva sede, além do registro de que trata o art. 107 da Lei nº 5.764, de 16 de dezembro 1971.
- Os documentos apresentados deverão estar acompanhados de todas as alterações ou da consolidação respectiva.

b) HABILITAÇÃO FISCAL, SOCIAL E TRABALHISTA

- **Prova de inscrição no Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas;**
- **Prova de regularidade fiscal perante a Fazenda Nacional,** mediante apresentação de certidão expedida conjuntamente pela Secretaria da Receita Federal do Brasil (RFB) e pela Procuradoria-Geral da Fazenda Nacional (PGFN), referente a todos os créditos tributários federais e à Dívida Ativa da União (DAU) por elas administrados, inclusive aqueles relativos à Seguridade Social, nos termos da Portaria Conjunta nº 1.751, de 02 de outubro de 2014, do Secretário da Receita Federal do Brasil e da Procuradora-Geral da Fazenda Nacional.
- **Prova de regularidade com o Fundo de Garantia do Tempo de Serviço (FGTS);**
- **Prova de inexistência de débitos inadimplidos perante a Justiça do Trabalho,** mediante a apresentação de certidão negativa ou positiva com efeito de negativa, nos termos do Título VIIA da Consolidação das Leis do Trabalho, aprovada pelo Decreto-Lei nº 5.452, de 1º de maio de 1943;
- **Prova de inscrição no cadastro de contribuintes Estadual relativo ao domicílio ou sede do fornecedor,** pertinente ao seu ramo de atividade e compatível com o objeto contratual;
- **Prova de regularidade com a Fazenda Estadual e com a fazenda Municipal da sede ou domicílio da licitante** que comprove a regularidade de débitos tributários relativos aos impostos de competência da licitante no exercício de sua atividade.
- Caso o licitante seja considerado isento dos tributos relacionados ao objeto contratual, deverá comprovar tal condição mediante a apresentação de declaração da Fazenda respectiva do seu domicílio ou sede, ou outra equivalente, na forma da lei.



Prefeitura Municipal de Pedreira

ESTADO DE SÃO PAULO

SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO

- O licitante enquadrado como microempreendedor individual que pretenda auferir os benefícios do tratamento diferenciado previstos na Lei Complementar n. 123, de 2006, estará dispensado da prova de inscrição no cadastro de contribuinte municipal.

A agência licitante deverá ainda atender a todos os requisitos de qualificação descritos no item 4 do presente Termo.

A(s) documentação(ões) apresentada(s) **somente será(ão) aceita(s) e considerada(s) válida(s)** no original ou por qualquer processo de cópia autenticada por cartório competente, por publicação em órgão de imprensa oficial, por certificadora digital oficial ou por servidor da administração.

10. ESTIMATIVA DA CONTRATAÇÃO

Com base nas especificações do objeto e tendo por base os parâmetros estabelecidos pela legislação especial que regula a matéria, o valor total estimado para esta contratação, considerando o período de 12 (doze) meses, é de **R\$ 900.000** (novecentos mil reais), **conforme fundamentação detalhada apresentada no item 6 do Estudo Técnico Preliminar.**

11. ADEQUAÇÃO ORÇAMENTÁRIA

As despesas decorrentes do objeto deste Termo de Referência, no ano de 2026, ocorrerão por conta da ficha orçamentária abaixo, sendo certo que para 2027 será providenciada nova reserva orçamentária:



Prefeitura Municipal de Pedreira

46.410.775/0001-36

Exercício: 2026

LISTAGEM DAS FICHAS DA DESPESA

SITUAÇÃO ATÉ 27/01/2026

Página 1

Entid.	CLoc	Func/Prog	Catgo	Especificação	Dotac Inicial	Alter (+)	Alter (-)	Dotação
Ficha	F.R.	C.A.	Descrição C.A.		Empenhado			Saldo
					Saldo Reserva			Saldo Com Reserva
FICHAS ORÇAMENTÁRIAS								
4				Prefeitura Municipal de Pedreira				
02				PREFEITURA MUNICIPAL DE PEDREIRA				
02 03				SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO				
020301				ASSES REL PUBLICAS IMPRENSA DIVULG - JSM				
04				Administração				
04 122				Administração Geral				
04 122 0002				Estrutura Administrativa				
04 122 0002 2070 0000				Propaganda e Publicidade Oficial				
058		3.3.90.39.00		OUTROS SERVIÇOS DE TERCEIROS - PESSOA JURIDIC/	895.400,00	0,00	0,00	895.400,00
	0.01.00	110.000		GERAL	35.921,64			859.478,36
					3.000,00			856.478,36
TOTAL ORÇAMENTARIO					895.400,00	0,00	0,00	895.400,00
					35.921,64			859.478,36
					3.000,00			856.478,36
TOTAL GERAL					895.400,00	0,00	0,00	895.400,00
					35.921,64			859.478,36
					3.000,00			856.478,36



Prefeitura Municipal de Pedreira

ESTADO DE SÃO PAULO

SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO

12. LINHA DE DEFESA: ELABORAÇÃO DO EDITAL

No momento da elaboração do Edital e, sem descaracterizar o objeto ou as diretrizes principais contidas nas etapas de planejamento da licitação, poderá o Setor de Licitações no uso de suas atribuições, **incluir tantos quantos forem os necessários ao atendimento integral da legislação pertinente**, suprimindo omissões ou falhas formais. Ao Setor de Licitações fica atribuída a atuação de revisar eventuais inconsistências que forem verificadas, **mencionando no momento da elaboração do Edital a adequação que realizou e, ainda, expressamente alertando licitantes que em caso de divergência deverá PREVALECER as regras contidas no Edital de Licitações.**

O efeito vinculante atribuído à etapa de planejamento tem o condão de evitar discrepâncias entre o planejado e o realizado, bem como evitar que uma licitação seja realizada em moldes e premissas totalmente distintas daquelas que foram pensadas e estruturadas pelos agentes públicos responsáveis pela elaboração do Estudo Técnico Preliminar e do Termo de Referência.

Entretanto, o efeito vinculante não afasta a realização de eventual ajuste ou correção que se façam necessárias, até mesmo porque o Edital está situado na fase interna da licitação, destinada justamente à sua preparação e realizada por servidores que fazem parte da primeira linha de defesa da contratação.

E, assim, na **fase interna** da licitação, o edital e seus anexos podem e devem ser utilizados para corrigir, ajustar ou detalhar falhas formais e de fácil correção, identificadas no Termo de Referência (TR). A fase preparatória serve justamente para o planejamento cuidadoso e **saneamento de erros antes** que o certame seja publicado.

Evidentemente que não poderá o Edital modificar o teor da licitação, alterar o objeto, o fundamento, as necessidades e a estrutura previamente definida e planejada. Isso não impede, contudo, eventuais ajustes que se façam necessários para correção de defeito formal, primando pela eficiência e pelo controle preventivo da contratação.

A presente medida se mostra necessária para assegurar a qualidade técnica do trabalho de planejamento, com a utilização do mecanismo legal de linhas de defesa, nos termos do que determina da Lei de Licitações e Contratações. A saber:

*Art. 169. As contratações públicas deverão submeter-se a **práticas contínuas e permanentes de gestão de riscos e de controle preventivo**, inclusive mediante adoção de recursos de tecnologia da informação, e, além de estar subordinadas ao controle social, sujeitar-se-ão às seguintes linhas de defesa:*

*I - primeira linha de defesa, integrada por servidores e empregados públicos, **agentes de licitação** e autoridades que atuam na estrutura de governança do órgão ou entidade; (...)*

*§ 3º Os integrantes das linhas de defesa a que se referem os incisos I, II e III do **caput** deste artigo observarão o seguinte:*

*I - **quando constatarem simples impropriedade formal, adotarão medidas para***



Prefeitura Municipal de Pedreira

ESTADO DE SÃO PAULO

SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO

o seu saneamento e para a mitigação de riscos de sua nova ocorrência, preferencialmente com o aperfeiçoamento dos controles preventivos e com a capacitação dos agentes públicos responsáveis;

O Setor de Licitações faz parte da primeira linha de defesa, atuando preventivamente, respaldado pela autotutela, para evitar riscos advindos de erros que poderiam ter sido mitigados. Nessa atuação PREVENTIVA, poderá atuar para que o Edital não contenha eventuais desajustes formais trazidos pelas fases anteriores de planejamento.

13. RESPONSÁVEL PELA ELABORAÇÃO DO TERMO DE REFERÊNCIA

Pedreira, 28 de janeiro de 2026.

Alessandro Luis de Godoy
SECRETÁRIO MUNICIPAL DE GOVERNO

Assinam também o presente Termo de Referência os servidores que atuarão como FISCAIS da futura contratação, cientes de todo o teor do documento.



Prefeitura Municipal de Pedreira

ESTADO DE SÃO PAULO

SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO

BRIEFING DA ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

OBJETO: Concorrência Pública para Contratação de Serviços de Publicidade Prestados por Intermédio de Agência de Propaganda.

INTRODUÇÃO

Este documento foi estruturado para atender à Lei Federal nº 12.232/2010, garantindo que as agências licitantes tenham critérios claros, objetivos e isonômicos para a disputa. O Briefing substitui o projeto básico e será utilizado pelos interessados para estruturarem suas propostas de uma campanha simulada.

1. DESAFIO DE COMUNICAÇÃO: TORNAR PEDREIRA UMA CIDADE MAIS SUSTENTÁVEL.

O Município de Pedreira tem potencial para se tornar uma cidade referência em sustentabilidade na região, alavancando investimentos e trazendo melhorias para os moradores.

Entretanto o tema SUSTENTABILIDADE ainda é pouco conhecido tanto entre gestores públicos municipais como entre a população, comerciantes, empresários e público geral da cidade. A sustentabilidade ainda é vista apenas como “Plantar árvores” ou “Reciclar lixos”. E essa é uma visão tecnicamente equivocada e que precisa ser afastada por meio de uma boa estratégia de comunicação. A sustentabilidade pode ser entendida como um grande guarda-chuva que abriga embaixo dele temas como: práticas ESG, cumprimento dos ODS, Educação Ambiental, Ética e Cidadania, Governança estratégica e tantos outros de essencial relevância para a manutenção dos recursos indispensáveis à vida das próximas gerações.

A sustentabilidade deve ser encarada sob a ótica da possibilidade de uma vida saudável, ética, segura e com recursos naturais suficientes às próximas gerações e não somente no aspecto dos recursos ambientais. Posicionar Pedreira como um CHAMARIZ de investimentos sustentáveis será determinante para o crescimento da cidade e para a possibilidade de sucesso de políticas públicas perenes e sérias, com benefícios reais à população de Pedreira.

Suplantar o preconceito com o tema faz parte do desafio de comunicação, pois Pedreira politicamente é uma cidade composta por pessoas mais alinhadas à direita, ao conservadorismo e aos valores dos partidos de direita. Muitas vezes, o tema sustentabilidade é associado equivocadamente à militância ambiental comumente praticada por partidos da esquerda e, assim, tem sua ideia rechaçada. Apesar disso, se acredita que investir na transformação de Pedreira como uma cidade referência em práticas de sustentabilidade pode elevar a qualidade de vida de toda a população e pode ser responsável por um incremento bastante significativo no comércio, na indústria e no turismo de Pedreira.



Prefeitura Municipal de Pedreira

ESTADO DE SÃO PAULO

SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO

O desafio de Comunicação consiste, nesse sentido, em apresentar a sustentabilidade como algo viável economicamente, capaz de trazer prosperidade para a cidade e apartado de ideais políticos.

A comunicação estratégica deverá primar pelos benefícios que Pedreira irá colher por se posicionar na vanguarda de temas que serão determinantes para o futuro do Município.

A avaliação das agências terá por base a simulação de uma campanha que demonstre a **indissociabilidade entre preservação ambiental, governança e crescimento econômico**. As agências devem posicionar a sustentabilidade e a economia circular como os motores reais da prosperidade financeira para o comércio, indústria e cidadãos de Pedreira, seguindo o detalhamento descrito nos itens seguintes.

O mote central deve comunicar que o desenvolvimento sustentável não é um entrave, mas o acelerador de uma nova economia local, gerando valor para a marca "Pedreira" e atraindo investimentos e turismo qualificado.

O desafio de Comunicação reside justamente em convencer gestores públicos e população sobre os benefícios de um tema que não conhecem e que associam politicamente a uma linha que não gostam e não aceitam.

O convencimento da necessidade de trazer Pedreira para o cumprimento dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável, para a implantação de projetos de ESG no comércio e nas empresas, para a circularidade da economia, para uma gestão estratégica ética e centrada em valores da cidadania não será determinante para o sucesso da superação do desafio de Comunicação proposto.

No mais, é mandatoria a utilização das técnicas descritas na Política Nacional de Linguagem Simples em toda a estrutura do Plano de Comunicação.

2. CONTEXTO E DADOS DO MUNICÍPIO (IBGE CIDADES)

A campanha simulada deverá ter por pressuposto as características fortes de Pedreira, destacando que o município é um polo de relevância regional (Região Metropolitana de Campinas), com indústria e comércio lastreados no produto PORCELANA, ostentando orgulhosamente o título de "Flor da Porcelana".

O Município de Pedreira é reconhecido oficialmente como "Município de Interesse Turístico" – fato que deve ser explorado pelas licitantes - e está situada geograficamente no início da rota rodoviária conhecida como Circuito das Águas e com as seguintes características:

- População: Aproximadamente 44.385 habitantes (estimativa 2025), com alta densidade demográfica (396,19 hab/km²).
- Economia: PIB de R\$ 1,8 bilhão e PIB per capita de R\$ 42.152,80. Polo de cerâmica e plásticos.
- Potencial: Mercado favorável ao turismo familiar e de negócios, com foco em produtos de maior valor agregado.



Prefeitura Municipal de Pedreira

ESTADO DE SÃO PAULO

SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO

A agência poderá complementar a pesquisa sobre o perfil da cidade, mantendo por base os dados acima descritos. O objeto é que a campanha transmita seu tema com identidade e coerência.

2.1. PESQUISAS E OUTRAS INFORMAÇÕES

- a) Lei Orgânica e Leis Municipais disponíveis no portal eletrônico da Câmara Municipal de Pedreira
- b) Portal da Transparência com relatórios e dados de pessoal e licitações.
- c) Histórico institucional e econômico-cultural da cidade disponível no site oficial.

3. PÚBLICO-ALVO:

Uma transformação como a que se pretende depende do maior engajamento possível e, por isso, o público-alvo deverá ser tanto o interno quanto o externo. A agência deverá optar pela escolha de um dos públicos abaixo e focar especialmente em atrair, de início:

- Gestores Públicos responsáveis por áreas de planejamento, finanças, jurídico, controle, turismo e cultura;
- Comerciantes locais: lojinhas dos polos de compra da cidade e que recebem turistas
- Moradores antigos de Pedreira e que têm dificuldades sociais de aceitar mudanças ou ideias que lhes pareçam “transgressoras”
- O público será composto tanto de homens quanto de mulheres;
- A idade média ficará acima dos 30 anos, entretanto, será importante contar com o engajamento da população jovem da cidade e a agência poderá ter uma estratégia focada nesse público;

A escolha do público deverá estar presente de forma clara e objetiva na proposta técnica, acompanhada da justificativa de sua escolha.

4. ESTRATÉGIA DE MÍDIA

A campanha deve ser integrada, utilizando diferentes canais para alcançar de forma eficaz todo o público-alvo, sendo que a agência deverá indicar e justificar suas escolhas no Plano de Comunicação.

A estratégia de mídia deverá considerar um orçamento máximo de R\$ 100.000,00 (cem mil reais) que deverá ser distribuído entre os diferentes canais a serem escolhidos pela agência.

5. PERÍODO

Considerando a necessidade de preenchimento de formulários de índice de eficiência na gestão, bem como as avaliações presenciais dos órgãos de controle, é imperioso que a



Prefeitura Municipal de Pedreira

ESTADO DE SÃO PAULO

SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO

Campanha apresente resultados na percepção do público alvo a respeito do tema de forma rápida, ainda que uma mudança cultural não seja possível de imediato – o que se sabe – é importante que o público-alvo tenha uma percepção de qualidade aumentada acerca do tema SUSTENTABILIDADE e das possibilidades de políticas públicas municipais que abarquem a temática. Assim, a agência deverá posicionar a Campanha para circular por cerca de 60 dias consecutivos, no máximo entre os meses de setembro de outubro de 2026. O calendário festivo e cultural da prefeitura para esses meses poderá ser aproveitado pela agência para integração de sua estratégia de comunicação.

6. OBJETIVOS - DESEMPENHO INSTITUCIONAL E METAS (IEG-M TCE-SP)

A publicidade institucional será o vetor para **eleva**r os **índices setoriais** e isso deverá ficar claro e evidenciado na campanha simulada. A agência deverá apontar com objetividade temas que propiciem ao município melhorar seus índices na efetividade da gestão municipal. Evidentemente não se espera que a publicidade seja a única responsável pela melhoria de tais índices, mas deverá ser um ponto de apoio focal para a sustentação das políticas públicas municipais. Pedreira obteve nota "B" (Efetiva) no IEG-M 2025, ano base 2024 e, setorialmente, podemos destacar os seguintes índices que precisam ser objeto da campanha simulada:

Índice Setorial	Nota Atual (2024)	Papel da Publicidade
i-Educ	B	Divulgar qualidade do ensino e atrair parcerias para projetos que possibilitem redução da desigualdade e melhoria do atendimento aos estudantes em condições de vulnerabilidade. Foco: Atendimento das variantes do VAAR (Fundeb)
i-Saúde	C+	Campanhas preventivas para reduzir custos com tratamentos que poderiam ser evitados. Campanhas de conscientização no acompanhamento de doenças crônicas. Campanhas de vacinação.
i-Amb	B	Foco Principal: Economia circular e sustentabilidade industrial. Disseminar boas práticas empresariais (inclusive ESG para pequenos negócios) a fim de estimular práticas mais sustentáveis e de circularidade econômica. Conscientizar sobre o modelo circular de economia e seus benefícios para os empresários e para a população.
i-Cidade	C+	Conscientização sobre riscos advindos da degradação ambiental, do descarte irregular de resíduos e da necessidade de tornar a cidade mais resiliente aos efeitos dos eventos climáticos extremos , como a estimulação de campanhas de jardins e plantios de árvores frutíferas nas casas, em substituição de quintais cimentados.



Prefeitura Municipal de Pedreira

ESTADO DE SÃO PAULO

SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO

7. OBJETIVOS ESTRATÉGICOS QUE DEVEM ESTAR PRESENTES NA CAMPANHA (ALINHAMENTO COM ODS/ONU)

A campanha simulada a ser avaliada na presente licitação deverá ter foco também nos seguintes ODSs:

- ODS 8 (Trabalho Decente e Crescimento Econômico): Pleno emprego e valorização do trabalho.
- ODS 11 (Cidades Sustentáveis): Infraestrutura urbana resiliente.
- ODS 12 (Consumo Responsável): Mudança de percepção de valor (sustentabilidade = lucro).

8. DIRETRIZES PARA ELABORAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA (ART. 6º, LEI FEDERAL Nº 12.232/2010)

Conforme as exigências legais, as proponentes deverão estruturar o **Plano de Comunicação Publicitária (Via Não Identificada)** atendendo obrigatoriamente aos seguintes quesitos, sob pena de desclassificação:

8.1. Raciocínio Estratégico (Art. 6º, Inciso I)

A licitante deverá apresentar o diagnóstico da situação atual e a justificativa lógica para a solução proposta. Deve-se demonstrar o entendimento de como o binômio "Sustentabilidade + Prosperidade" será introduzido no cotidiano de Pedreira para influenciar o desenvolvimento econômico local, fundamentando a estratégia nas metas do IEG-M e ODS. A campanha simulada poderá ter como público-alvo tanto a população de pedreira, quanto turistas ou comerciantes, a depender do objetivo específico que a licitante desejar atender. A campanha não precisará atender a todos os públicos, mas precisará definir precisamente o público escolhido e a toda a estratégia deverá estar alinhada a ele.

A escolha de qual índice de gestão será abordado pela licitante é livre e deve ter coerência com os ODS e com o perfil da cidade de Pedreira.

8.2. Estratégia de Comunicação Publicitária (Art. 6º, Inciso II)

Detalhamento de como a mensagem será transmitida aos diferentes públicos (cidadãos, comerciantes e turistas), incumbindo à licitante a escolha de público específico ou a atuação com público geral, desde que a estratégia esteja alinhada com os propósitos apresentados pelo Município. Deve incluir a definição do tom de voz, a abordagem pedagógica para a sustentabilidade e a estratégia de persuasão para o consumo no comércio local, alinhando a comunicação aos objetivos de transparência e eficiência.

8.3. Ideia Criativa (Art. 6º, Inciso III)

Apresentação da solução estética e textual (slogan, conceito visual, roteiros). As peças devem materializar a visão de que Pedreira está evoluindo para uma cidade inteligente e



Prefeitura Municipal de Pedreira

ESTADO DE SÃO PAULO

SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO

próspera. A criatividade será avaliada pela sua capacidade de engajamento e clareza na exposição dos benefícios financeiros da sustentabilidade e das ações da gestão municipal.

8.4. Estratégia de Mídia e de Não-Mídia (Art. 6º, Inciso IV)

Planejamento detalhado da veiculação, justificando a escolha dos meios (redes sociais, rádio, out-of-home, ativações em feiras). O foco deve ser a otimização do investimento público, garantindo que a campanha atinja tanto o morador quanto o turista potencial na região, maximizando o alcance institucional.

9. RESULTADOS ESPERADOS

A Administração municipal espera estratégias que transformem a percepção da gestão pública municipal tanto para o público interno quanto para o público externo. O cidadão deve sentir-se parte da "Pedreira Mais Próspera" e o empresário deve ver na sustentabilidade um selo de competitividade. Além disso, o servidor deve se sentir engajado para participar ativamente de projetos e políticas públicas que transformem Pedreira em uma cidade referência para a sustentabilidade na região, atraindo novos investimentos e fazendo da circularidade econômica uma marca de eficiência.

A proposta técnica deverá primar pela eficácia da comunicação em converter informação institucional em desenvolvimento real e melhoria nos índices de efetividade da gestão.

Dentre os resultados esperados estão:

- Aumento das ações que podem ser identificadas positivamente nos índices de eficiência de gestão, conforme tabela no item 6, para que a Prefeitura consiga elevar suas notas de efetividade na gestão (TCESP);
- Percepção pela população e pelo público interno dos ODS nas políticas públicas e ações municipais, especialmente as descritas no item 7;
- Engajamento de público jovem para o tema sustentabilidade nas ações de Pedreira
- Percepção do público-alvo da importância estratégica do tema e superação de preconceitos acerca da sustentabilidade

Ressalte-se, a pontuação de cada item descrito neste Briefing, bem como os critérios de julgamento da subcomissão técnica, serão aplicados rigorosamente de acordo com as tabelas de valoração estabelecidas no termo de referência, em estrita observância ao princípio da objetividade do julgamento.