

PROCESSO DE LICITAÇÃO 004/2022

A Companhia de Serviço de Água, Esgoto e Resíduos de Guaratinguetá, faz saber a todos os interessados que até **14 horas, do dia 28 de fevereiro de 2023**, na Seção de Licitações, situada na Rua Xavantes, nº 1.880, Jardim Aeroporto, Guaratinguetá-SP, serão recebidos os envelopes n.º 01, 02, 03 e 04 do Processo de Licitação n.º **004/2022**, referente à Contratação de Agência de Propaganda para a prestação de serviços de marketing, divulgação, comunicação e publicidade para a Companhia de Serviço de Água, Esgoto e Resíduos de Guaratinguetá, nos termos estabelecidos no presente instrumento convocatório, que será regido pelas Leis Federais n.º 13.303/2016, e n.º 12.232/10, bem como pela Lei Federal n.º 4.680/65 e pelos Decretos Federais n.º 57.690/66 e 4.563/02, adotando-se como critério de julgamento “**TÉCNICA E PREÇO**”, sendo os serviços executados pelo regime de “**EMPREITADA POR PREÇO GLOBAL**”, de acordo com o projeto e demais anexos e as Cláusulas deste Edital a seguir:

DAS DISPOSIÇÕES PRELIMINARES

1.1. Os interessados terão acesso ao presente Edital e seus respectivos anexos, no site www.saeg.net.br, no link *Licitações – editais e atas*

1.2. Os elementos constantes nos envelopes n.º 01, 02, 03 e 04, deverão ser entregues, impreterivelmente, até o dia **28 de fevereiro de 2023, às 14 horas**, junto à Seção de Licitações da SAEG, localizada na Rua Xavantes, nº 1.880, Jardim Aeroporto, Guaratinguetá/SP.

1.3. A presente Licitação será regida pelos termos do presente Instrumento

Convocatório e, no que couber, pela Lei Federal nº. 13.303/2016, pela Lei Complementar nº 123, de 14 de dezembro de 2006, bem como pelas Leis Federais nº 12.232/10 e nº 4.680/65 e pelos Decretos Federais nº 57.690/66 e 4.563/02.

DAS INFORMAÇÕES RELATIVAS À LICITAÇÃO

2.1. Serão fornecidos elementos, informações e esclarecimentos relativos à licitação e às condições para atendimento das obrigações necessárias ao cumprimento de seu objeto, junto à Seção de Licitações da SAEG. As consultas só serão recebidas quando feitas por escrito e protocoladas ou encaminhadas por e-mail até o dia **15/02/2023**

DO OBJETO DA LICITAÇÃO

3.1 - A presente licitação tem por objeto a qualificação, seleção e contratação de Agência de Publicidade e Propaganda para a prestação de serviços de marketing, divulgação, comunicação e publicidade à Companhia de Serviço de Água, Esgotos e Resíduos de Guaratinguetá, por um período de 12 (doze) meses, podendo ser prorrogado, nos termos da lei até o limite de 60 (sessenta) meses, consistindo, basicamente, de:

- Os serviços publicitários tratados nesse instrumento convocatório incluem pesquisa, estudo, concepção, planejamento, criação, produção interna e externa de qualquer natureza, execução e distribuição e campanhas e peças publicitárias, veiculação, desenvolvimento e execução de campanhas promocionais e controle de resultados, devendo ser prestados à SAEG.

- Concepção, produção e orientação de uso de marcas, logotipos e outros elementos de propaganda e programação visual, incluindo faixas, placas, sinalização, banners e similares.

- Serviços de comunicação, atendendo demanda da SAEG.

- Descrição dos Agrupamentos que constituem as linhas de atuação publicitárias:

* Publicidade de Utilidade Pública e Projetos específicos;

* Publicidade Institucional;

* Prestação de serviços seja diretamente, ou por terceiros, como pesquisa de opinião, entre outros.

* Todos os agrupamentos correspondem às atividades da SAEG

- Para fins deste edital, entende-se:

* **Agência de Propaganda** - pessoa jurídica especializada nos métodos, na arte e na técnica publicitária que, através de profissionais e seu serviço, estuda, concebe, executa e distribui propaganda aos veículos de divulgação, por ordem e conta de clientes anunciantes, com objetivo de promover serviços, difundir ideias ou informar o público a respeito de organização ou instituições a que servem.

* **Veículo de divulgação** - qualquer meio de divulgação visual, auditiva ou audiovisual, capaz de transmitir mensagens de propaganda ao público, legalmente registrado.

* **Criações** - são as que se relacionam com trabalhos gráficos, plásticos e outros, também de expressão estética, destinados a exaltar e difundir pela

imagem, pela palavra ou pelo som, as qualidades e conveniências de serviços a que visem a propaganda e a publicidade.

* **Propaganda** - qualquer forma remunerada de difusão de ideias, serviços, por parte de um anunciante identificado.

* **Jornal** - veículo de propaganda impressa destinado à publicação dos atos administrativos, tais como: leis, decretos, portarias, ofícios, balancetes, prestações de contas, relatórios, comunicados, avisos, convocações, entre outros.

* **Rádio** - veículo de publicidade e propaganda destinado à divulgação, através de emissora com recepção na circunscrição do Município, de programas de interesse público, tais como: mensagens, comunicados, convites, convocações, avisos e similares.

* **Televisão** - divulgação de mensagens de publicidade e propaganda e de matérias de interesse do executivo municipal, em emissora em recepção na circunscrição do Município de Guaratinguetá.

* **Som ambulante** - veículo de propaganda destinado à divulgação, em vias e logradouros público, de mensagens, convites, comunicados, convocações, avisos e similares, de interesse da comunidade.

* **Cliente ou Anunciante** - é a entidade que utiliza o marketing em sua totalidade.

- Os serviços serão prestados em conformidade com a orientação, determinação, pedidos e controle da Assessoria de Comunicação, que centraliza e administra os recursos orçamentários que amparam as despesas da espécie, para toda a SAEG.

- A prestação de serviços, objeto desta licitação, abrange o fornecimento de todos os materiais, mão-de-obra e instrumentos necessários à sua execução, assim como a responsabilidade exclusiva por quaisquer tributos ou encargos trabalhistas que indicam sobre a execução do objeto.

- A agência atuará por ordem e conta da SAEG na contratação de fornecedores de serviços especializados para a produção e a execução técnica das peças, campanhas e materiais previstos, bem como para a execução dos serviços conexos e complementares; além de veículos e outros meios de divulgação para a compra de tempo e espaço publicitários.

– PRAZO DE ENTREGA/INSTALAÇÃO/REALIZAÇÃO DO SERVIÇO:

4.1 - Os serviços deverão ser prestados de acordo com as condições estabelecidas no contrato, devendo ter caráter educativo, informativo, de orientação e mobilização social, em respeito ao disposto no art. 37, §1º, da Constituição Federal, perseguindo a meta de eficiência e racionalidade na otimização e aplicação dos recursos, com permanente e sistemática avaliação dos resultados.

4.2 - Os serviços serão executados sempre no menor prazo possível de acordo com o projeto requerido e suas datas, não superando nos casos abaixo listados, os prazos descritos, salvo acordo prévio entre a Contratante e a Contratada, todos

contados da data da solicitação formal da SAEG à contratada:

Criação de material publicitário em vídeo, em televisão e rádio: até 7 dias úteis.

Criação de peças gráficas, artísticas, diagramação e arte-final de produtos gráficos, como anúncios, folders, flyers, ilustrações, dentre outros: até 2 dias úteis.

Correção de material já desenvolvido e arte-finalização: 1 dia útil.

Desenvolvimento de campanha completa, com ideia criativa, peças e planejamento demídia: até 15 dias úteis.

4.3 – Às solicitações em regime de urgência serão executadas no prazo acordado previamente entre as partes, por ato motivado pela Contratante.

PRAZO DO CONTRATO

5.1 - O contrato terá **duração inicial de 12 (doze)** meses, podendo ser prorrogado, mediante acordo entre as partes, nos termos do inciso II do art. 71 da Lei 13.303/2016.

5.2 – Caso a prorrogação coincida com ano eleitoral, o contrato e a quantia a ser paga pelo mesmo deverá obedecer a média dos últimos três anos que antecederam ao pleito ou o do último ano imediatamente anterior à eleição, em conformidade com o disposto no art. 73, VII, da Lei Federal n.º 9.504/97.

5.3 – A cada período de 12 (doze) meses, após a assinatura do contrato, caso pleiteado pela contratada e autorizado pela Autoridade Superior, o valor contratado poderá ser atualizado a fim de garantir o equilíbrio econômico da proposta apresentada, sendo utilizado o índice IPC/FIPE.

VALOR ESTIMADO DA CONTRATAÇÃO:

6.1 – O valor estimado por **12 (doze) meses corresponderá a, no máximo, R\$ 250.000,00 (Duzentos e cinquenta mil reais)**, a ser firmado em instrumento único com a empresa considerada vencedora. O valor do contrato será subdividido em: **R\$ 150.000,00 (Cento e cinquenta mil reais)** a ser investido em propaganda de utilidade pública e **R\$ 100.000,00 (Cem mil reais)** a ser investido em propaganda de caráter institucional.

Por publicidade institucional e publicidade de utilidade pública, entende-se:

- Publicidade Institucional: visa disseminar ideias e conceitos no intuito de influenciar positivamente a opinião pública, fortalecendo assim a imagem institucional da administração municipal;
- Publicidade de Utilidade Pública: tem como objetivo prestar contas das ações, obras, metas, resultados e programas da administração municipal ou de órgãos e entidades correlatas. Deve ser de inquestionável interesse público, sempre assumindo caráter educativo, informativo ou de orientação social.

CAUÇÃO:

7.1 - Entregar à SAEG, quando da assinatura do contrato, garantia correspondente a 5% (cinco por cento) do valor total do contrato, devendo a contratada optar por uma das modalidades previstas no art. 70, § 1º, da Lei Federal n.º 13.303/2016. Esse seguro poderá ser utilizado inclusive para quitar dívidas com os meios de comunicação contratados pela empresa vencedora.

RECURSOS FINANCEIROS

8.1 – As despesas decorrentes deste objeto licitatório correrão por conta da dotação orçamentária: 3390390500 – Serviços técnicos Profissionais – Diretora

Presidência.

CONDIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO

09.01. Somente poderão participar do presente certame as empresas que atendam as seguintes condições, sendo vedada a participação de consórcio de empresas:

- não tenham sido declaradas inidôneas por parte do Poder Público;
- não estejam sob processo de falência ou recuperação judicial ou extrajudicial;
- não estejam impedidas de licitar ou contratar com a Administração Pública municipal;
- pertençam ao ramo de atividade pertinente ao objeto desta Concorrência Pública, desde que atendam a todas as condições estabelecidas neste Edital e na Legislação pertinente.

CRENCIAMENTO

10.1. Para o credenciamento a licitante deverá apresentar fora dos envelopes e antes do início dos trabalhos de abertura dos envelopes:

Carta de credenciamento ou procuração (com firma reconhecida) indicando a pessoa que representará a licitante na licitação, com menção expressa de todos os poderes, inclusive para receber intimações e interpor e desistir da interposição de recursos, acompanhado de Cédula de Identidade (ou outro documento equivalente) e Contrato Social ou Registro de firma individual.

Contrato Social ou Registro de Firma Individual, que comprove a condição de

sócio, diretor ou titular da licitante, juntamente com Cédula de Identidade (ou outro documento equivalente).

A não apresentação ou a incorreção do documento de credenciamento para participar da entrega dos **ENVELOPES**, embora não acarrete a inabilitação ou desclassificação da empresa, impedirá seu representante de se manifestar ou responder pela proponente, sendo-lhe permitido tão somente o acompanhamento dos procedimentos.

Não será permitida a participação de um mesmo representante para mais de uma licitante.

Os documentos de credenciamento serão retidos pela Comissão e juntados ao processo.

- DA PROPOSTA TÉCNICA (ENVELOPES nº 01, 02 e 03)

11.1- Para especificação da proposta técnica é constituída pelo conjunto de itens a seguir descrito:

A primeira parte da proposta técnica visa à verificação quanto à metodologia de trabalho. Para tanto, deverá ser desenvolvido exercício para efeito de julgamento pela Subcomissão Técnica, que terá como proposta de comunicação à população um dos objetivos da SAEG, voltado ao tema do respectivo “briefing”.

a.1) Apresentação do Plano de Comunicação Publicitária, em 02 (duas) vias, uma sem identificação de sua autoria (envelope n.º 01) e outra com a identificação

(envelope n.º 02), nos termos do art 5º, III, da Lei Federal n.º 12.232/10:

a.1.1) A via não identificada do Plano de Comunicação deverá ser apresentada da seguinte forma:

- em papel A4, branco, tipo sulfite, com 75 gr/m², orientação retrato;
- com espaçamento de 1,5 cm na margem esquerda e de 1,0 cm na margem direita;
- sem recuos nos parágrafos e linhas subsequentes;
- com textos justificados;
- com espaçamento 'simples' entre linhas;
- com texto e numeração de páginas em fonte 'arial', estilo 'normal', tamanho '12 pontos';
- com numeração em todas as páginas, pelo editor de textos, em algarismos arábicos, no canto inferior direito da página;
- em caderno único e com espiral preto colocado à esquerda;
- capa transparente e contracapa preta;
- sem identificação da participante.

a.1.1.1) Os exemplos de peças integrantes do sub-questo Ideia Criativa poderão ser apresentados também sob a forma de roteiro, *lay-out* e *story-board* impressos, além de amostras para rádio, televisão e internet. Todas as peças deverão ser apresentadas em

a.1.1.2) papel A4, branco, tipo sulfite, com 75 gr/m², nas mesmas dimensões do envelope nº 1. O limite de apresentação será de 10 peças, devendo-se contudo

ser observado o que dispõe o inciso XI do artigo 6º da lei 12.232/2010.

a.1.1.3) Os textos do Raciocínio Básico e da Estratégia de Comunicação Publicitária estão limitados, no conjunto, a 8 (oito) páginas, ressalvado que não serão computadas nesse limite as páginas utilizadas eventualmente apenas para separar os textos desses sub-quesitos.

a.1.1.4) Os textos da Estratégia de Mídia e Não Mídia não têm limitação quanto ao número de páginas.

a.1.2) A via identificada do Plano de Comunicação Publicitária (envelope n.º 02) deverá construir-se em uma cópia da via não identificada sem os exemplos de peças da Ideia Criativa, com a identificação da participante, datado e assinado na última página e rubricado nas demais.

Na segunda parte da proposta técnica (envelope n.º 03), será aferida a experiência de cada participante no mercado publicitário, quanto a sua experiência e capacitação em relação aos recursos técnicos e humanos necessários à prestação de serviços ora licitados, o repertório e a apresentação do relato de solução de problemas de comunicação.

Plano de Comunicação Publicitária:

Com o auxílio do briefing, a empresa participante deverá montar e justificar uma completa estratégia de comunicação a partir do tema proposto, para o qual foi estipulada verba fictícia, apenas para efeito de julgamento da eficiência de sua metodologia de trabalho, contendo, ainda, os seguintes quesitos:

I) RACIOCÍNIO BÁSICO (Artigo 7º, inciso I, da lei 12.232/2010): texto de, no máximo, cinco laudas no qual a participante demonstrará seu entendimento sobre as informações apresentadas no “briefing”.

II) ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA (Artigo 7º, inciso II, da lei 12.232/2010): texto de, no máximo, três laudas no qual a participante apresentará o conceito e o partido temático que, de acordo com o seu raciocínio básico, devem fundamentar a proposta de solução do problema específico de comunicação e defenderá essa opção.

IDEIA CRIATIVA (Artigo 7º, inciso III, da lei 12.232/2010)

A ideia criativa deve construir uma proposta de solução do problema específico de comunicação descrito no respectivo briefing.

A participante apresentará relação de todas as peças integrantes da campanha (de acordo com o solicitado no Briefing), respeitadas as condições estabelecidas neste edital. As peças podem ser apresentadas sob a forma de roteiro, layout, story-boards impressos, para qualquer peça, e de amostra para rádio e internet.

b.1) As amostras para rádio, televisão e internet poderão ser apresentadas em CD, CD- Rom, DVD-Rom, executáveis em computadores pessoais, constituindo o material em peça conforme descrito no subitem 11.01.a.1.1.1.

IV) ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA (Artigo 7º, inciso IV, da lei 12.232/2010)

- a) Texto em que, de acordo com as informações do Briefing demonstrará capacidade para atingir os públicos prioritários da campanha (permitida a inclusão de tabelas, gráficos e planilhas).
 - b) Simulação de plano de distribuição de todas as peças de que trata o item III – Ideia Criativa -, acompanhada de tabelas, gráficos, planilhas e texto com a explicitação das premissas adotadas e suas justificativas.
 - c) Da simulação deverá constar um resumo geral com informações sobre pelo menos o período de veiculação; os valores (absoluto e percentuais) dos investimentos alocados em mídia, separadamente por meios; e os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção de cada peça separadamente, de mídia e não mídia.
 - d) No caso de não mídia, no resumo geral também deverão ser explicitadas as quantidades a serem produzidas de cada peça.
- d.1)** Na simulação de que trata o item “b” acima:
- d.1.1)** Os preços de mídia devem ser os da tabela cheia de veículos;
 - d.1.2)** deve ser desconsiderado o repasse de parte do desconto da agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do artigo 11 da Lei nº 4.680/65;
 - d.1.3)** devem ser desconsiderados os custos internos e os honorários sobre todos os serviços de fornecedores.

Demais informações integrantes da Proposta Técnica – Capacidade de atendimento, Repertório e Relato de Solução de Problemas de Comunicação.

*** Capacidade de Atendimento**

Textos em que a participante apresentará:

- * Relação nominal dos principais clientes atuais da participante, com a especificação de início de atendimento de cada um deles;
- * A quantificação e a qualificação, sob a forma de currículo resumido (no mínimo, nome, formação e experiência), dos profissionais que serão colocados à disposição da execução do contrato, discriminando-se as áreas de estudo e planejamento, criação, produção de rádio e TV, produção gráfica, mídia e atendimento;
- * As instalações, a infraestrutura e os recursos materiais que serão colocados à disposição para a execução do contrato;
- * A sistemática de atendimento discriminando os prazos a serem cumpridos pelo participante, na execução do contrato, incluídos os prazos a serem praticados em condições normais de trabalho, na criação de peça avulsa ou de campanha e na elaboração de plano de mídia;
- * A execução de trabalhos a médio, curto e curtíssimo prazo. O atendimento emergencial em período noturno, feriados e finais de semana;
- * O controle dos investimentos efetuados e respectivos saldos;
- * A discriminação das informações do marketing e comunicação das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que colocará regularmente à disposição da SAEG, sem ônus adicional, durante a execução do contrato;
- * A sistemática de atendimento quanto à publicidade institucional e de utilidade pública, discriminando as obrigações a serem cumpridas pela agência, inclusive

proposta referente a prazos de produção e veiculação em jornais de Município de Guaratinguetá.

Repertório:

O Repertório deverá ser constituído de peças e ou materiais concebidos e veiculados, expostos ou distribuídos pela participante, limitados a 10 (dez) peças ou materiais, independentemente do seu tipo ou característica e da forma de sua veiculação, exposição ou distribuição.

Relato de Soluções de Problemas de Comunicação:

Deverá ser apresentado 01 (um) case, relatando, em no máximo duas páginas, solução bem-sucedida de problema de comunicação proposta pela participante e implementada por anunciantes.

É permitida a inclusão de até 05 (cinco) peças, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça, para cada relato, sendo que as peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD ou CD e as peças gráficas, em proporções que preservem suas dimensões originais e sua leitura.

Para cada peça, deve ser apresentada uma ficha técnica com a indicação sucinta do problema que cada peça se propôs a resolver e a identificação da Participante, título, data de produção período de veiculação / distribuição / exibição / exposição e menção de pelo menos um veículo/espaço que a divulgou/exibiu/expôs.

As peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD ou CD e as peças gráficas em proporções que preservem as dimensões originais e sua leitura.

As peças não podem referir-se a trabalhos solicitados e/ou aprovados pela SAEG.

PROPOSTA DE PREÇOS (ENVELOPE nº. 04).

12.01 – As licitantes deverão apresentar uma única proposta de preços, conforme constante no Anexo II, em papel com identificação da proponente, numerada sequencialmente, redigida em língua portuguesa – exceto quanto às expressões de ordem técnica – datilografada e/ou digitada, datada, rubricada e assinada, sem emendas, rasuras, entrelinhas ou ressalvas, devendo constar o quanto segue:

a) Proposta da agência quanto ao desconto, a ser concedido à Contratante, sobre seus custos internos baseados na tabela de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de São Paulo.

b) Honorários que cobrará sobre os custos comprovados de serviços realizados por terceiros, referentes à produção de peças e materiais cuja distribuição não proporcione o desconto de agência a ser concedido pelos veículos de divulgação.

12.02 – A Proposta de Preço a ser preenchida apenas com as informações constantes do Anexo II.

12.02.01 – O preço proposto será de exclusiva responsabilidade da licitante e não lhe assistirá o direito de pleitear, na vigência do contrato a ser firmado, nenhuma

alteração, sob a alegação de erro, omissão ou qualquer outro pretexto.

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

12.02.03 – Documento único declarando e informando, conforme modelo do Anexo II:

- Comprometer-se-á a envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a terceiros e a transferir à SAEG as vantagens obtidas.
- Informará estar ciente e de acordo com as disposições alusivas a direitos autorais estabelecidas neste edital.

- DOS DIREITOS AUTORAIS

13.1– A contratada cederá à SAEG, de forma total e definitiva, os direitos autorais patrimoniais decorrentes do uso das ideias (incluídos os estudos, análises e planos), campanhas, peças e materiais publicitários de sua propriedade, de seus empregados, prepostos e terceiros, que tenham sido concebidos, criados e produzidos em decorrência deste contrato.

13.2- O valor dessa cessão é considerado incluído nas modalidades de remuneração neste Edital.

13.3- A SAEG, a seu juízo, poderá utilizar referidos direitos diretamente ou através de terceiros, com ou sem modificações, durante a vigência deste contrato e mesmo após seu término ou eventual rescisão, sem que lhe caiba qualquer ônus perante as licitantes vencedoras, seus empregados, prepostos, terceiros ou

subcontratados.

13.4- A juízo da Assessoria de Comunicação, as peças criadas pela Contratada poderão ser reutilizadas e manipuladas por outros órgãos ou entidades integrantes da estrutura do Poder Executivo Municipal e seus profissionais, sem que caiba a eles ou à SAEG qualquer ônus perante as licitantes vencedoras.

13.5- Nas contratações que envolvam direitos de terceiros – como ilustrações, animações, produções e/ou captação de imagens fotográficas e/ou vídeo, dentre outras atividades relacionadas com as campanhas que estejam sendo desenvolvidas - a contratada deverá garantir à Contratante a cessão total e definitiva de todos esses direitos, devendo este curso já estar contemplado, e devidamente especificado, nos valores globais dos trabalhos contratados pela SAEG.

13.6– Nas contratações que envolvam direitos de terceiros relacionados a trechos de obras consagradas e/ou imagens de personalidades de notório reconhecimento em nível nacional e/ou internacional, a Contratada, mediante prévia definição da Assessoria de Comunicação, poderá solicitar de cada contratado dois orçamentos para execução do serviço, sendo um de cessão de direitos por tempo limitado e outro por cessão total e definitiva, para que a Assessoria de Comunicação escolha uma das opções.

13.7- Nos casos de contratações que envolvam direitos de terceiros relacionados a trechos de obras consagradas e/ou imagens de personalidades de notório reconhecimento em nível nacional e/ou internacional, que por sua vez têm suas

cessões condicionadas a um tempo limitado, a CONTRATADA utilizará os trabalhos relacionados aos direitos autorais e conexos dentro dos limites estipulados no respectivo ato de cessão, condicionando a contratação ao estabelecimento, no ato de cessão/orçamento/contrato, de cláusulas em que o subcontratado garanta a cessão pelo prazo mínimo a ser definido pelo Gabinete do Poder Executivo em cada caso.

13.8– Na reutilização de peças que incorporem trechos de obras consagradas e/ou imagens de personalidades, em ambos os casos com notório reconhecimento em nível nacional e/ou internacional, por período igual ao inicialmente pactuado, o percentual a ser pago pela SAEG:

- em relação ao valor original das cessões aos detentores desses direitos patrimoniais - será de no máximo 100% (cem por cento) dessas obras ou imagens, direitos autorais e seus direitos conexos. Para a reutilização por períodos inferiores, o percentual máximo será obtido pela regra de três simples.

13.9- Quando da reutilização de quaisquer peças publicitárias que incorporem trechos de obras consagradas e/ou imagens de personalidades, em ambos os casos com notório reconhecimento em nível nacional e/ou internacional, o valor a ser pago pela SAEG será negociado caso a caso, tendo como parâmetros básicos a qualidade e os preços praticados no mercado, obedecidos os percentuais máximos definidos neste edital.

Quando a SAEG optar pela execução dos serviços com a cessão total e definitiva, a Contratada se obriga a fazer constar do ajuste que vier a celebrar com terceiros – para a produção de campanhas, peças e materiais publicitários – cláusulas escritas que:

a.1) Explicitem a cessão total e definitiva, por esses terceiros, do direito autoral patrimonial de uso sobre trabalhos de arte e outros, protegidos pelos direitos autorais ou conexos, aí incluídos a criação, produção e direção, a composição, arranjo e execução de trilha sonora, as matrizes, os fotolitos e demais trabalhos assemelhados.

a.2) Estabeleçam que esta SAEG poderá, a seu juízo, utilizar os referidos direitos, diretamente ou por intermédio de terceiros, com ou sem modificações, durante a vigência do contrato e mesmo após seu término ou eventual rescisão, sem que lhe caiba qualquer ônus perante os cedentes desses direitos.

- Qualquer remuneração devida em decorrência da cessão – definitiva ou por tempo limitado – será sempre considerada como já incluída no custo de produção.
- Os direitos autorais, patrimoniais e conexos não serão devidos quando se tratar de "serviço de cópia".
- A Contratada obriga-se a fazer constar, em destaque, em todos os orçamentos de produção, os custos dos cachês e de cessão de direito de uso de imagem(s) e de obra(s) consagrada(s) incorporada(s) à peça, além de cessão dos demais direitos.
- A Contratada obriga-se a fazer constar do respectivo ajuste que vier a celebrar com terceiros, nos casos de tomadas de imagens sob a forma de reportagens, documentários e publicidade, que não impliquem direitos de uso de imagem e som de voz, cláusulas escritas estabelecendo:
- Que a SAEG poderá solicitar, a qualquer tempo, pelo prazo de 5 (cinco) anos, cópias das imagens contidas no material bruto produzido, sendo que essas imagens deverão ser entregues em sistema HD, de forma editável, e gravadas em DVD e/ou mídia compatível que permita a reutilização das

mesmas.

- A cessão dos direitos patrimoniais de uso desse material à SAEG, que poderá, a seu juízo, utilizar referidos direitos, diretamente ou por intermédio de terceiros, com ou sem modificações, durante a vigência deste contrato e mesmo após seu término ou eventual rescisão, sem que lhe caiba qualquer ônus perante os cedentes desses direitos.
- Que qualquer remuneração devida em decorrência dessa cessão será sempre considerada como já incluída no custo de produção.
- A SAEG será a única e exclusiva proprietária dos resultados oriundos do cumprimento do contrato, sejam tais resultados passíveis ou não de proteção do Direito de Propriedade Intelectual.
- É garantido à SAEG o direito de titularidade sobre o resultado privilegiável da propriedade intelectual, oriundo da execução do objeto contratual, respeitado o direito garantido à Contratada, ou a terceiros, antes da assinatura do contrato.
- Fica garantida à SAEG a apropriação dos direitos patrimoniais e conexos que importem em direitos autorais, respeitada a nomeação do autor.

DO JULGAMENTO DA PROPOSTA TÉCNICA

14.1 – As Propostas Técnicas serão examinadas, preliminarmente, quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste edital e em seus anexos.

14.2 – Serão levados em conta pela Subcomissão Técnica, como critério de julgamento técnico, os critérios e pontuações dispostos no anexo III, em cada quesito ou sub-quesito.

14.3 – A nota da Proposta Técnica está limitada ao máximo de cem pontos e seráapurada segundo a metodologia a seguir:

- aos quesitos ou sub-quesitos serão atribuídos, no máximo, os seguintes pontos: Plano de Comunicação Publicitária:

- a.1. Raciocínio Básico – 10 (dez);
- a.2. Estratégia de Comunicação Publicitária – 20 (vinte);
- a.3. Ideia Criativa – 20 (vinte);
- a.4. Estratégia de Mídia e Não Mídia – 15 (quinze);
- a.5. Capacidade de Atendimento – 15 (quinze).
- a.6. Repertório – 10 (dez)
- a.7. Relato de soluções de problema de comunicação – 10 (dez)

14.3.1. – A nota do quesito corresponderá à média aritmética das notas de cada membro da Subcomissão Técnica. Nos cálculos realizados serão consideradas duas casas decimais após a vírgula, sem arredondamentos.

14.03.02 – A subcomissão técnica reavaliará a pontuação atribuída a um quesito sempre que a diferença entre a maior e a menor pontuação for superior a 20% (vinte por cento) da pontuação máxima do quesito, com o fim de restabelecer o equilíbrio das pontuações atribuídas, de conformidade com os critérios objetivos postos no instrumento convocatório, nos termos do inciso VII do artigo 6º da Lei 12.232/2010

14.03.02.01 – Caso os autores das pontuações destoantes não adotem novas pontuações, deverão registrar suas justificativas por escrito em ata, a qual deverá ser assinada por todos os membros da Subcomissão Técnica e passará a compor

o processo da licitação.

14.3.3 – A nota de cada licitante corresponderá à soma das notas dos quesitos.

14.3.4 – Será classificada em primeiro lugar, na fase de julgamento da Proposta Técnica, a licitante que obtiver a maior pontuação na soma das notas dos quesitos.

14.4 – Será desclassificada a Proposta que:

- não atender às exigências do presente edital e de seus anexos;
- não alcançar, no total, a nota mínima de 60 (sessenta) pontos;
- obtiver nota zero em quaisquer dos quesitos ou sub-quesitos a que se referem os itens da proposta técnica.

14.5 – Conforme o § 2º do artigo 6º da Lei 12.232 de 2010, se houver desclassificação de alguma proposta técnica por descumprimento de disposições do instrumento convocatório, ainda assim será atribuída pontuação a seus quesitos, a ser lançada em planilhas que ficarão acondicionadas em envelope fechado e rubricado no fecho pelos membros da Subcomissão Técnica, prevista no § 1º do art. 10 da Lei 12.232/2010, até que expirem os prazos para interposição de recursos relativos a essa fase da licitação, exceto nos casos em que o descumprimento resulte na identificação do proponente no Envelope nº 1.

14.6 – Em caso de empate, será considerada como classificada em primeiro lugar a licitante que tiver obtido a maior pontuação, sucessivamente, nos quesitos correspondentes aos itens **a.1-** Raciocínio Básico e **a.2 -** Estratégia de Comunicação Publicidade do Plano de Comunicação Publicitária.

14.7 – Persistindo o empate, a decisão será feita por sorteio em ato público, nos termos do art. 55, da Lei nº 13.303/2016, marcado pela Comissão Permanente de Licitação, para o qual todos os licitantes serão convocados.

14.8 - Será publicado o resultado do julgamento das Propostas Técnicas com a indicação dos proponentes desclassificados e dos classificados, em ordem decrescente de pontuação, sendo considerados desclassificados os que não obtiverem o mínimo de 70% (setenta por cento) dos envelopes Nº 1 e Nº 3, abrindo-se prazo de 05 (cinco) dias úteis para interposição de recurso, conforme disposto na alínea § 1º, do artigo 59, da Lei n.º 13.303/2016, com posteriores alterações.

15 - DA VALORAÇÃO E JULGAMENTO DA PROPOSTA TÉCNICA E DE PREÇOS

15.1 – As Propostas de Preços das licitantes classificadas serão examinadas, preliminarmente, quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste edital e em seus anexos.

15.2 – A Comissão Permanente de Licitação atribuirá notas para cada um dos quesitos a serem valorados, conforme pontuação sobre o percentual de descontos a ser concedido à Contratante, sobre seus custos internos baseados na tabela de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de São Paulo:

PERCENTUAL DE DESCONTOS SOBRE A TABELA	PONTOS
Até 10%	0

20%	10
30%	20
40%	30
50%	40
60%	50
70%	60
80%	70

15.3. - Será aplicada a seguinte pontuação sobre percentual de comissão em razão dos honorários de serviços realizados por terceiros, referentes à produção de peças, acompanhamento e materiais:

PERCENTUAL DE DESCONTOS DE COMISSÃO	PONTOS
15%	0
14%	10
13%	20
12%	30

15.4. - Em atendimento às regras do Conselho Executivo de Normas Padrão, será preservada a comissão/desconto padrão (comissão de agência – patamar fixo de 20%) que terá direito a veiculações devidamente autorizadas pela contratante. Entretanto, a participante declara que repassará à Contratante os ganhos adicionais advindos de negociação com o veículo, sejam monetários ou do tipo

“reaplicação” (gratuidade de inserções), oferecidas pelos veículos de divulgação.

15.05- A classificação final da proponente será baseada nas notas atribuídas às Propostas Preço e Técnica com os seguintes pesos: Proposta de preço = 30% (trinta por cento); Proposta Técnica = 70% (setenta por cento).

15.06- A nota classificatória final dos proponentes será obtida de acordo com a média ponderada das valorações das Propostas de Preços e Técnica, de acordo com a seguinte fórmula:

$NF = 0,3 \times NPP + 0,7 \times NPT$, onde:

NF = Nota Final da Proposta

NPP = Nota da Proposta Preço

NPT = Notada Proposta Técnica

15.07- Ocorrendo empate entre duas ou mais propostas, o critério de desempate e classificação ocorrerá, obrigatoriamente, por sorteio em ato público, para o qual todos os licitantes serão convocados, conforme artigo 55, da Lei 13.303/2016.

15.08- O resultado do julgamento final das propostas será publicado pelo Diário Oficial do Estado para conhecimento dos interessados, abrindo-se prazo para interposição de recurso, a partir desta.

DO PROCESSAMENTO:

16.1 - A Proposta Técnica deverá ser entregue à Comissão acondicionada em três envelopes distintos (n.º 01, 02 e 03), e a Proposta de Preço (envelope n.º

04), na data, hora e local indicados no preâmbulo deste Edital e em seu item 01, subitem 01.02.

16.2 - O envelope nº 1 será padronizado e fornecido pela SAEG mediante solicitação formal da licitante à Comissão de Licitação pelo e-mail guilherme.santos@saeg.net.br ou de segunda à sexta-feira, das **07:30 às 16h30**, na Seção de Licitações, Rua Xavantes, nº 1.880, Jardim Aeroporto, Guaratinguetá-SP.

16.02.01. O envelope nº 1 deverá ser retirado por portador da empresa e será emitido recibo, no qual constarão os seguintes dados da empresa: nome empresarial, CNPJ, endereço, telefone e e-mail.

16.3 - Os envelopes nº 2, nº 3 e nº 4 serão providenciados pela licitante e deverão ser adequados às características de seu conteúdo, desde que invioláveis quanto às informações de que tratam até sua abertura.

ATENÇÃO: O envelope nº 5, contendo os Documentos de Habilitação, deverá ser entregue em sessão pública específica a ser designada para esse fim, consoante art. 11, § 4º, inciso XI, da Lei n.º 12.232/10.

16.4. ENVELOPES Nº 01

16.4.1.- No envelope nº 1, invólucro padronizado fornecido pela SAEG, deverá estar acondicionado o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada.

16.4.1.1 - O envelope nº 1 deverá estar fechado, sem nenhum elemento de identificação e sem rubrica, observado o constante no art. 11, § 2º, da Lei n.º 12.232/2010.

16.4.1.2 - Para preservar, até a abertura do envelope nº 2, o sigilo quanto à autoriado Plano de Comunicação Publicitária, o envelope nº 1 não poderá:

- Apresentar marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que, por si só, possibilite a identificação da licitante antes da abertura do envelope nº 2;
- Estar danificado ou deformado pelas peças, materiais e/ou demais documentos nele acondicionados de modo a possibilitar a identificação da licitante.

ATENÇÃO: Recomenda-se cuidado no manuseio do envelope nº 1, a fim de evitar qualquer dano ou deformação venha a gerar o impedimento em participar desta licitação.

16.05 - ENVELOPE Nº 2

16.05.01- No envelope nº 2, deverá estar acondicionado o Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada.

16.05.02 - O envelope nº 2 deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação: PROPOSTA TÉCNICA – ENVELOPE Nº. 2

PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – VIA IDENTIFICADA

COMPANHIA DE SERVIÇO DE ÁGUA, ESGOTO E RESÍDUOS DE
GUARATINGUETÁ

PROCESSO DE LICITAÇÃO 004/2022

EMPRESA (indicar o nome empresarial da licitante)

CNPJ (indicar o CNPJ da licitante)

16.6 - ENVELOPE Nº 3

16.6.1. No envelope nº 3 deverão estar acondicionados os cadernos específicos, documentos e informações referentes à Capacidade de Atendimento, ao Repertório e ao Relato de Soluções de Problemas de Comunicação.

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

PROPOSTA TÉCNICA – ENVELOPE Nº 3

CAPACIDADE DE ATENDIMENTO, REPERTÓRIO E RELATO DE
SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO

COMPANHIA DE SERVIÇO DE ÁGUA, ESGOTO E RESÍDUOS DE
GUARATINGUETÁ

PROCESSO DE LICITAÇÃO 004/2022

EMPRESA (indicar o nome empresarial da licitante)

CNPJ (indicar o CNPJ da licitante)

16.6.3. O envelope nº 3, assim como os cadernos específicos, documentos e informações que o compõem, não poderá ter informação, marca, sinal etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e que possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do envelope nº 2.

16.07 - ENVELOPE Nº 4

16.07.01 - O envelope nº 4 deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

PROPOSTA DE PREÇO – ENVELOPE Nº 4

COMPANHIA DE SERVIÇO DE ÁGUA, ESGOTO E RESÍDUOS DE
GUARATINGUETÁ

PROCESSO DE LICITAÇÃO 004/2022

EMPRESA (indicar o nome empresarial da licitante)

CNPJ (indicar o CNPJ da licitante)

DA DOCUMENTAÇÃO – HABILITAÇÃO – ENVELOPE N.º 05

Os documentos de habilitação serão apresentados apenas pelos licitantes classificados no julgamento final das propostas, nos termos do inciso XI do parágrafo 4º do art. 11 da Lei n.º 12.232/2010.

A DOCUMENTAÇÃO deverá ser apresentada, em envelope fechado e indevassado, em original ou cópia autenticada, por cartório competente, por funcionário competente da SAEG, ou por publicação em órgão da Imprensa Oficial, sem emendas ou rasuras, contendo o envelope n.º 5 a seguinte identificação:

DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO – ENVELOPE Nº5

COMPANHIA DE SERVIÇO DE ÁGUA, ESGOTO E RESÍDUOS DE
GUARATINGUETÁ - SAEG

PROCESSO DE LICITAÇÃO 004/2022

EMPRESA (indicar o nome empresarial da licitante)

CNPJ (indicar o CNPJ da licitante)

17.1. HABILITAÇÃO JURÍDICA

17.1.1. Ato constitutivo, estatuto ou contrato social em vigor, devidamente registrado, em se tratando de sociedades comerciais, e, no caso de sociedade por ações, acompanhado de documentos de eleição de seus administradores, ou;

17.12. Inscrição do ato constitutivo, no caso de sociedades civis, acompanhada da prova de diretoria em exercício, ou;

17.13. Decreto de autorização, em se tratando de empresa ou sociedade estrangeira em funcionamento no País, e ato de registro ou autorização para funcionamento expedido pelo órgão competente, quando assim o exigir, ou;

17.14. Registro comercial, no caso de empresa individual.

17.2. REGULARIDADE FISCAL E TRABALHISTA

17.21. Prova de inscrição no Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas (CNPJ);

17.22. Prova de inscrição no cadastro de contribuintes estadual ou municipal, relativo ao domicílio ou sede do licitante, pertinente ao seu ramo de atividade e compatível com o objeto contratual;

17.23. Prova de regularidade para com a Fazenda Federal (Certidão Negativa ou Certidão Positiva com Efeito de Negativa de Tributos e Contribuições e Dívida Ativa da União), Estadual (Certidão Negativa ou Certidão Positiva com Efeito de Negativa no mínimo no que se refere ao ICMS) e Municipal (Certidão Negativa ou Certidão Positiva com Efeito de Negativa de Tributos Mobiliários) do domicílio ou sede do licitante, emitida pelo órgão competente, na forma da Lei;

1724. Prova de regularidade relativa à Seguridade Social e ao Fundo de Garantia por Tempo de Serviço, demonstrando situação regular no cumprimento dos encargos sociais instituídos por lei (Certidão Negativa ou Certidão Positiva com Efeito de Negativa do INSS e FGTS);

1725. 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 VII-A da Consolidação das Leis do Trabalho, aprovada pelo Decreto-Lei nº 5.452, de 1º de maio de 1943.

1726. As microempresas e empresas de pequeno porte, por ocasião da participação neste certame **deverão apresentar toda a documentação exigida** para fins de comprovação de **regularidade fiscal e trabalhista, mesmo que esta apresente alguma restrição.**

17.02.06.01. Havendo alguma restrição na comprovação da regularidade fiscal e trabalhista, por parte da microempresa e empresa de pequeno porte, será assegurado o prazo de cinco dias úteis, contados a partir do momento em que for declarada vencedora, prorrogáveis por igual período, a critério da SAEG, para a regularização da documentação, pagamento ou parcelamento do débito, e emissão de eventuais certidões negativas ou positivas com efeito de certidão negativa.

17.3. Os documentos de que tratam os itens 17.01 e 17.02, poderão ser substituídos pela cópia autenticada do CERTIFICADO DE REGISTRO CADASTRAL - CRC - desde que esteja em plena validade e tenha sido elaborado nos termos da Lei e expedido pela **SAEG**, constando atividade compatível com o

objeto do presente certame licitatório, em original ou cópia autenticada, o qual fará parte integrante do processo, desde que esteja devidamente atualizado na data da abertura do processo.

17.4. QUALIFICAÇÃO TÉCNICA

Atestado(s) expedido(s) por pessoas jurídicas de direito público ou privado em nome da licitante, comprovando a execução de serviços similares, pertinentes e compatíveis com o objeto desta licitação e em, pelo menos, 50% (cinquenta por cento) do valor estimado para a presente licitação.

Declaração de que a licitante possui Certificado de Qualificação Técnica de Funcionamento obtido perante o Conselho Executivo das Normas - Padrão - CENP, entidade sem fins lucrativos, integrado e gerido por entidades nacionais que representam veículos, anunciantes e agências, ou por entidade equivalente, legalmente reconhecida como fiscalizadora e certificadora das condições técnicas de agências de propaganda, comprometendo-se em apresentar a respectiva comprovação, no ato da assinatura do contrato.

Declaração de que a licitante possui condições operacionais de funcionamento, dispondo dos seguintes serviços: atendimento, pesquisa, planejamento, criação, mídia, produção de rádio, televisão, internet, produção gráfica, tráfego e administração. Esta declaração deve estar assinada e datada pelo procurador credenciado ou representante legal da licitante.

17.5. QUALIFICAÇÃO ECONÔMICO-FINANCEIRA

1751. Certidão negativa de falência, concordata ou recuperação judicial ou extrajudicial, com prazo não superior a 90 (noventa) dias da data de sua expedição:

- a) Certidão negativa de **falência** expedida pelo distribuidor da sede da pessoa jurídica;

- b) Certidão negativa de recuperação judicial ou extrajudicial expedida pelo distribuidor da sede da pessoa jurídica;

b.1) Nas hipóteses em que a certidão encaminhada for positiva, deve o licitante apresentar comprovante de homologação/deferimento pelo juízo competente do plano de recuperação judicial/extrajudicial em vigor. .

1752 Balanço Patrimonial e Demonstrações Contábeis do último exercício social, já exigíveis e apresentados na forma da lei (demonstrando, no mínimo: termo de abertura, termo de encerramento, ativo, passivo e DRE), que comprovem a boa situação financeira da empresa, vedada a sua substituição por balancetes ou balanços provisórios, podendo estar atualizados tais documentos, por índices oficiais, quando encerrados há mais de 3 (três) meses, da data de apresentação da proposta, inclusive para microempresas e empresas de pequeno porte. O Balanço deverá estar registrado na junta comercial ou cartório competente (Carimbo, etiqueta ou chancela da Junta Comercial ou Cartório competente);

a.1) Apresentação de Demonstrativo de Índice Contábeis, elaborado em papel timbrado da proponente, assinado e com firma reconhecida em cartório, para comprovação de boa situação financeira da empresa, comprovando,

cumulativamente, que possui os índices especificados nos subitens abaixo descritos:

a.1.1.) Liquidez Geral (LG), Liquidez Corrente (LC), ambos superiores ou igual a 1 (um) e Índice de Endividamento (IE) menor igual a 0,50, mediante a utilização das seguintes fórmulas:

a.1.2) $LG = \text{Ativo Circulante} + \text{Realizável à Longo Prazo} / \text{Passivo Circulante} + \text{Exigível a Longo Prazo} > \text{ou igual a } 1;$

a.1.3.) $LC = \text{Ativo Circulante} / \text{Passivo Circulante} > \text{ou igual } 1;$

a.1.4) $IE = \text{Passivo Circulante} + \text{Exigível a Longo Prazo} / \text{Ativo Total} < \text{ou igual a } 0,50.$

17.5.2.1. As folhas de abertura e encerramento do Livro Diário, contendo o Balanço Patrimonial e a Demonstração de Resultados do Exercício, deverão estar juntadas ao mesmo, ou, se for o caso, apresentar comprovação análoga junto ao SPED.

Entende-se por 'último exercício social, já exigíveis' aquele para o qual já se esgotou o prazo para apresentação do Balanço Patrimonial- BP e Demonstração do Resultado do Exercício- DRE para a Receita Federal.

Empresas legalmente dispensadas da elaboração de Balanço Patrimonial - BP e Demonstração do Resultado do Exercício - DRE deverão apresentar declaração neste sentido, assinada pelo contador responsável da empresa, em atendimento ao item 17.05.2.

Será obrigatória a apresentação da demonstração da situação financeira da proponente na fórmula contábil indicada no item 17.05.02, destacando-se no balanço os valores aplicados na mesma.

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

17.6. Declaração da empresa licitante de que cumpre o disposto no inciso XXXIII, art. 7º da Constituição Federal, no que diz respeito ao trabalho de menores (modelo – Anexo VI).

17.7. Declaração que responde pela veracidade e autenticidade das informações constantes nos envelopes de documentação e de proposta. (Modelo – Anexo VII)

17.8. Declaração de que não há fato impeditivo a sua habilitação, e de que está ciente que deverá declará-los quando ocorridos, durante o procedimento licitatório e execução do contrato. (Modelo – Anexo VIII)

17.9. Declaração de que tem pleno e total conhecimento do Edital de **PROCESSO DE LICITAÇÃO 004/2022**, e de que se submete a todas as condições do mesmo. (Modelo – Anexo IX)

17.10. Declaração de microempresa ou empresa de pequeno porte visando ao exercício da preferência prevista na Lei Complementar n.º 123/06 (Modelo – Anexo X).

17.11. Declaração de que cumpre com o disposto no artigo 38º, item III da Lei Federal nº 13.303/2016 (modelo – Anexo XI).

17.12. As certidões negativas que não tenham prazo de validade legal expresso no documento, ter-se-ão como válidas pelo prazo de 90 (noventa) dias, contados de sua emissão.

17.13. Os documentos no interior do Envelope nº 5 deverão estar, preferencialmente, indexados, numerados e ordenados na sequência solicitada neste Edital.

– DO JULGAMENTO DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

18.1 - Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, serão marcados data, hora e local da quarta sessão pública, com a seguinte pauta:

Identificar os representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;

Receber e abrir o envelope nº 5, cujos documentos de habilitação serão rubricados pelos membros da Comissão de Licitação e pelos representantes das licitantes presentes ou por comissão por eles indicada;

Examinar o cumprimento, pelas licitantes, das exigências fixadas neste Edital quanto à habilitação e habilitar as empresas classificadas nas etapas anteriores.

18.2 - O resultado da habilitação com a indicação dos proponentes habilitados e inabilitados, abrindo-se prazo de 05 (cinco) dias úteis para interposição de recursos, conforme artigo § 1º, do art. 55, da Lei Federal 13.303/2016

18.03- Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, o autos serão encaminhados para homologação pela Autoridade Superior, para a consequente adjudicação do objeto à licitante vencedora.

18.04- Os envelopes das licitantes inabilitadas ou desclassificadas ficarão à disposição das interessadas para retirada por 30 (trinta) dias, contados do encerramento da licitação. Decorrido esse prazo sem que sejam retirados, poderão ser destruídos.

18.05- Em qualquer fase do julgamento o não atendimento ou insuficiência de comprovação de alguma exigência constante do edital implicará em desclassificação ou inabilitação da licitante.

18.06- Serão consideradas sumariamente inabilitadas as licitantes que deixarem de apresentar qualquer um dos documentos relativos à habilitação ou apresentá-los em desacordo com as exigências do presente Edital.

□□□ DA IMPUGNAÇÃO/RECURSOS ADMINISTRATIVOS

19.1. A impugnação ao Edital terá lugar nas condições do que dispõem o § 1º do artigo 87 da Lei Federal n.º 13.303/2016. As impugnações deverão ser protocoladas junto à Seção de Licitações, no horário das 12h às 17h30, ou

encaminhadas por e-mail, através de documento assinado e digitalizado, no endereço guilherme.santos@saeg.net.br até às 16h30 dos dias de expediente, obedecidos os prazos legais. Não serão aceitas impugnações via fax.

192. Das decisões da Administração caberão recursos administrativos, nos termos do que dispõem a lei 13.303/2016, que deverão ser dirigidos ao Sr. Prefeito Municipal, em qualquer caso, e protocolados junto à Seção de Licitações, no horário das **12h às 16h30**, ou encaminhados por e-mail, através de documento assinado e digitalizado, no endereço guilherme.santos@saeg.net.br, **até às 16h30** dos dias de expediente, obedecidos os prazos legais. Não serão aceitos recursos via fax.

193. Na contagem dos prazos referidos neste Edital, excluir-se-á o dia de início e incluir-se-á o dia de vencimento. Só se iniciam e vencem os prazos referidos neste edital, em dia de expediente na SAEG.

DA CONTRATAÇÃO

20.01- A Minuta do Contrato a ser firmado entre a Administração e o licitante vencedor integra este ato convocatório através de seu Anexo IV.

20.2. O prazo para assinatura do contrato será de 05 (cinco) dias, contados a partir da convocação da SAEG, que se realizará através de e-mail ou de fax, podendo ser prorrogado, por igual período, em caso de situação justificável aceita pela SAEG.

20.3. Apresentar, no ato da assinatura do contrato, Certificado de Qualificação Técnica de Funcionamento obtido perante o Conselho Executivo das Normas-Padrão - CENP, entidade sem fins lucrativos, integrado e gerido por entidades nacionais que representam veículos, anunciantes e agências, ou por entidade equivalente, legalmente reconhecida como fiscalizadora e certificadora das condições técnicas de agências de propaganda

20.4. A Contratada deverá apresentar, no ato de assinatura do contrato, caução no montante de 5% (cinco por cento) do valor da contratação, podendo optar por uma das modalidades previstas no art. 70, § 1º, da Lei nº 13.303/2016 quais sejam: a) caução em dinheiro ou em títulos da dívida pública; b) seguro garantia; c) fiança bancária, com prazo compatível com a duração do contrato. Esse seguro poderá ser utilizado inclusive para quitar dívidas com os meios de comunicação contratados pela empresa vencedora.

20.5. Caso o licitante convocado não venha a assinar o contrato, fica facultado à SAEG convocar os licitantes remanescentes, na ordem de classificação, para fazê-lo em igual prazo e nas mesmas condições propostas pelo primeiro classificado, inclusive quanto aos preços atualizados, em conformidade com este edital, ou revogar a licitação, conforme disposto no § 2º. do artigo 74 da Lei 13.303/2016, e alterações posteriores.

20.6. A não regularização da documentação fiscal, por parte da microempresa ou da empresa de pequeno porte, nos prazos indicados no subitem 17.02.06.01, implicará na decadência do direito à contratação, devendo esta Administração proceder à convocação das licitantes remanescentes, através de fax ou de e-mail,

na ordem de sua classificação, para assinatura do contrato.

20.7. As licitantes remanescentes convocadas para assinatura do contrato nos termos do subitem 20.05 (retro), deverão, no prazo de 24 (vinte e quatro) horas, contados a partir do recebimento da respectiva convocação, manifestarem expressamente, através de declaração escrita, protocolizada junto à Seção de Licitações da SAEG, sua concordância em assinar o respectivo instrumento contratual.

DAS SANÇÕES PARA O CASO DE INADIMPLEMENTO

21.01- A Contratada, sem prejuízo da aplicação de outras penalidades previstas pela Lei 13.303/2016 e Regulamento de Licitações da SAEG, ficará sujeita às seguintes penalidades:

21.1.1 - Multa de 1% (um por cento) do valor dos serviços, por dia de atraso no inícios dos trabalhos, se não houver justificativa aceita pela SAEG.

21.1.2 - Multa de 1% (um por cento) do valor dos serviços, por dia de atraso na conclusão de cada parcela do objeto, se não houver justificativa aceita pela SAEG.

21.1.3 - Multa de 20 % (vinte por cento) do valor total da proposta, reajustada, no caso de não cumprimento do contrato, ou desistência da proposta, se não houver justificativa aceita pela SAEG

21.1.4. As multas devidas serão automaticamente deduzidas dos pagamentos

devidos à Contratada.

DAS DISPOSIÇÕES FINAIS

22.01- A SAEG poderá a qualquer tempo antes da contratação revogar o presente procedimento licitatório, por motivo de interesse público, devendo anulá-lo, por ilegalidade, sempre em decisão fundamentada, de ofício ou mediante provocação de terceiros, conforme dispõe o artigo 62 da Lei 13.303/2016, e alterações posteriores, sem que caiba a qualquer dos licitantes direito a indenização de qualquer espécie.

22.02- A SAEG poderá optar pela execução direta, com seus meios próprios, dos serviços aqui licitados, parcial ou totalmente, se dispuser de condições para tal, assim como cancelar, reduzir ou aumentar as quantidades unitárias relacionadas neste Edital e seus Anexos, nos termos da lei.

22.03- A Contratada fica obrigada a aceitar, nas mesmas condições contratuais, os acréscimos ou supressões, até 25%(vinte e cinco por cento) do valor inicial atualizado do Contrato, conforme art. 81, § 1º, da Lei Federal n. 13.303/2016.

2.04- É vedada a cessão ou transferência total ou parcial do objeto, ressalvada a hipótese de expresso consentimento da SAEG

22.05- Serão consideradas as condições do Código de Defesa do Consumidor como se estivessem transcritas neste Edital.

22.06- Aplicam-se aos casos omissos as disposições contidas na Lei Federal n.º 13.303/2016 e regulamento interno de licitações da SAEG.

22.07- Não nos responsabilizamos por entrega de envelopes por via postal.

22.08- As partes elegem o Fórum da Comarca de Guaratinguetá para dirimir todas e quaisquer questões oriundas do presente procedimento licitatório e do cumprimento do ajuste.

22.9- Integram o presente Edital os seguintes anexos:

ANEXO I Briefing;

ANEXO II Modelo de Proposta;

ANEXO III Critérios de Pontuação das Propostas Técnicas;

ANEXO IV Minuta de Contrato;

ANEXO V Procuração (modelo);

ANEXO VI Declaração – cumpre disposto no art. 7º, XXXIII – CF (modelo);

ANEXO VII Declaração – que responde pela veracidade (modelo);

ANEXO VIII Declaração – que não há fato impeditivo (modelo);

ANEXO IX Declaração – que tem pleno e total conhecimento do Edital (modelo);

ANEXO X Declaração – de ME ou EPP (modelo);

ANEXO XI Declaração – cumpre o disposto no art. 38º da Lei 13.303/16 (modelo).

Guaratinguetá, 13 de dezembro de 2022.

Miguel Sampaio Junior
Diretor Presidente

ANEXO I

BRIEFING

BRIEFING PARA A ELABORAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA

CLIENTE

COMPANHIA DE SERVIÇOS DE ÁGUA, ESGOTO E RESÍDUOS DE
GUARATINGUETÁ - SAEG

INTRODUÇÃO

A Pandemia da COVID 19 demonstrou e acelerou a necessidade de oferecer acesso aos serviços em geral de forma remota, eficiente e segura minimizando as aglomerações e os riscos de contágios para quaisquer doenças transmissíveis dessa forma.

Esse evento que marcou a humanidade, também evidenciou que existem sim formas das empresas manterem seus atendimentos em situações sui generis, de maneira eficiente e de fácil acesso.

Isso fica claramente demonstrado na matéria:

<https://www.ecommercebrasil.com.br/artigos/panorama-de-atendimento-online-pre-e-pos-pandemia-e-tendencias-para-2021/> - **Panorama de atendimento online pré e pós-pandemia e tendências para 2021, por Bruno Zago**

Leia abaixo na íntegra:

Com a pandemia da Covid-19 muitos consumidores que antes não eram totalmente inseridos no meio digital, foram obrigados a migrarem para operações online. Vimos nossos pais e avós usando chamada de vídeo, fazendo transações financeiras online e comprando em lojas virtuais.

Essa migração para o mundo digital já estava acontecendo a pleno vapor, mas foi disseminada mais ainda com a pandemia do coronavírus.

A tendência é que essa migração para o digital seja cada vez maior. Por isso, as empresas devem estar preparadas para atender esses novos clientes, que muitas vezes podem não estar tão inseridos no mundo digital.

Pensando nisso, fiz uma análise do cenário de atendimento online no pré e pós-pandemia e preparei algumas dicas para você aplicar na sua empresa e oferecer o melhor atendimento aos seus clientes. Continue a leitura e entenda melhor sobre o assunto.

Tendências que surgiram com a pandemia da Covid-19.

Várias tendências digitais surgiram com a pandemia da Covid-19, como a telemedicina, o home office e o atendimento via chatbots e assistentes virtuais. Além disso, transações financeiras online e vendas digitais dispararam no último ano.

Ferramentas de consultas e prescrições online tiveram um aumento de 1000% em 2020 em relação a 2019, plataformas de reuniões online já cresceram 30 vezes durante a pandemia e empresas de chatbots para atendimento viram um aumento de 200% de interações com seus robôs. Só no primeiro trimestre de 2020, as vendas no e-commerce brasileiro cresceram quase 200% em relação a 2019.

Todos esses índices de aumento, indicam as novas tendências para os próximos anos. A Transformação Digital, que já era tão falada, se tornou uma necessidade. E as empresas que não adotarem essas novas tendências irão perder competitividade no mercado.

Mas, analisando todas essas novas tendências, uma coisa em comum entre eles é a necessidade de estar próximo do cliente e garantir uma comunicação eficiente. Seja com os médicos, bancos, clientes de e-commerce e funcionários em home office.

O atendimento online, passa a ser cada vez mais presente e as empresas devem oferecer a melhor experiência possível. Vamos ver um pouco sobre os números de atendimento online durante a pandemia.

De 2019 até abril/2020 tivemos cerca de 2 milhões e 800 mil mensagens trocadas via chatbot com inteligência artificial. Após abril de 2020, o número sofreu um aumento de 356%, batendo mais de 12 milhões de mensagens trocadas.

De todas as mensagens trocadas em 2020 via chatbot, apenas 2% tiveram necessidade de atendimento e interferência humana — cerca de 310 mil conversas foram repassadas para a equipe de atendimento.

Além do número de mensagens trocadas, o número de usuários também teve um aumento considerável. Neste caso, passou de 1 milhão e 300 mil para 2 milhões e 600 mil, ou seja, 100% de aumento.

Um dado importante de ser analisado são os números de conversas por mensagens trocadas. Desde 2019 foi observado um aumento de 50% no número de mensagens trocadas em cada conversa. Isso sinaliza que o público está interagindo cada vez mais com essas ferramentas e conseguindo solucionar os seus problemas ou dúvidas por lá.

Dessa forma, fica fácil visualizar o cenário de atendimento que teremos pela frente:

- Cada vez mais interação com os usuários;
- Redução de chamados com atendimento humano;
- Maior engajamento com chatbots.
- Maior praticidade no registro das demandas
- Modernização dos procedimentos que resultam numa imagem mais conectada com o presente e futuro.

Desafio de Comunicação

Como SAEG sempre se notabilizou pelo atendimento de qualidade aos seus clientes, será lançado o SAEG DIGITAL. Trata-se de um conjunto de ações que trará maior transparência, comodidade e segurança.

- O lançamento de aplicativo e portal web onde o cliente poderá solicitar todos os serviços prestados. Além disso, será disponibilizado também um chatbot onde as

dúvidas poderão ser dirimidas através do mesmo.

- Destacar e propagar o módulo dentro do próprio APP para negociação de débitos junto ao SAEG.
- A transparência é de extrema importância também, através do site os consumidores poderão verificar o nível dos reservatórios, podendo assim economizar em época de seca.

A campanha publicitária deve ser criativa, clara e objetiva, resgatando os valores da relação entre os munícipes e a SAEG. A campanha deve ser baseada em plano de mídia que utilize todos os meios de comunicação disponíveis na cidade.

A mensagem deve atingir a população guaratinguetaense em sua totalidade, pessoas de todas as classes econômicas, sociais e culturais.

Objetivo de Comunicação

- PRIMÁRIO – Lançamento do APP
- SECUNDÁRIO – Divulgação do módulo para negociação de débitos.

Público-Alvo

- PRIMÁRIO – Usuários dos serviços da SAEG, seja de água, esgoto ou resíduos, sem faixa etária ou classe social definidas.

- **SECUNDÁRIOS**

- Prestadores de serviço e parceiros da SAEG, sem faixa etária ou classe social definidas.
- Municípios de toda a cidade de Guaratinguetá

Período

- Durante três meses.

Verba para o exercício:

- R\$ 50.000,00 (Cinquenta mil reais).

Histórico

No princípio todos os serviços relacionados a saneamento básico, realizados no município de Guaratinguetá, eram de responsabilidade do Departamento de Obras, apensado à estrutura administrativa da Prefeitura Municipal de Guaratinguetá.

No início da década de 70, com a criação do PLANASA (Plano Nacional de Saneamento Ambiental), foram criadas as companhias estaduais e, os municípios que não aderiram às companhias, fundaram seus serviços de saneamento, com a forma jurídica que mais lhes convinha naquele momento histórico.

Neste município foi criado o SAAEG - Serviço Autônomo de Águas e Esgotos de Guaratinguetá; uma autarquia municipal, com personalidade jurídica própria dispondo de autonomia econômica, financeira e administrativa de acordo com a Lei Municipal nº 1.213 de 26 de fevereiro de 1.971. A autarquia, desde então, foi responsável pelos sistemas de abastecimento de água e esgotamento sanitário do município.

Com a Lei Municipal nº 3.882 de 31 de outubro de 2005, o Serviço Autônomo de Águas e Esgotos de Guaratinguetá - SAAEG passou a denominar-se Serviço Autônomo de Águas, Esgotos e Resíduos de Guaratinguetá – SAAEG e ser responsável, também, pelo manejo de resíduos sólidos no município.

Em 2007, com a Lei Federal nº 11.445 de 05 de janeiro de 2007 que estabelece as diretrizes nacionais para o saneamento básico e determina a criação de uma entidade reguladora, CAPÍTULO V – DA REGULAÇÃO, através da Lei Municipal nº 3.933, de 18 de junho de 2007, o Serviço Autônomo de Águas, Esgotos e Resíduos de Guaratinguetá – SAAEG passou a denominar-se Agência Reguladora e Fiscalizadora do Serviço de Água, Esgotos e Resíduos de Guaratinguetá – ARSAEG, autarquia de regime especial, vinculada diretamente ao gabinete do prefeito. Compete a ela, respeitadas as competências dos outros entes federativos, o exercício do poder regulatório e fiscalizatório dos serviços públicos de saneamento básico no município.

De acordo com a Lei Municipal nº 3.933, de 18 de junho de 2007, também foi criado o Serviço de Água, Esgotos e Resíduos de Guaratinguetá – SAEG, classificado como sociedade de economia mista por ações de capital fechado, com sede e foro no município de Guaratinguetá, sendo responsável, a partir da data acima, pelos sistemas de abastecimento de água, esgotamento sanitário e manejo de resíduos sólidos no município.

A Lei Municipal nº. 3.976, de 06 de novembro de 2007, alterou o nome do Serviço de Água, Esgotos e Resíduos de Guaratinguetá – SAEG, Sociedade de Economia Mista, de que trata o art. 42 da Lei nº. 3.933, de 18 de junho de 2007, para Companhia de Serviço de Água, Esgoto e Resíduos de Guaratinguetá – SAEG.

ANEXO II – MODELO DE PROPOSTA

Declaramos que, nos termos desta licitação, PROCESSO DE LICITAÇÃO 004/2022, adotaremos a seguinte política de preços:

Em atendimento ao item 12.01, a, do edital, informamos que o desconto a ser concedido a SAEG sobre os custos internos baseados na tabela de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de São Paulo será de:_%(por cento).

Em atendimento ao item 12.01, b, do edital, informamos que os honorários a serem cobrados da SAEG, incidentes sobre os custos de serviços de terceiros (externos), referente à elaboração de peças e materiais, com o envolvimento de trabalhos pela agência e cuja distribuição não proporcione a proponente o desconto de agência a ser concedido pelos veículos de divulgação, será de: % (_por cento).

Que nossa proposta tem validade de 60 (sessenta) dias contados da data limite prevista para entrega dos envelopes e que os tributos e todos os demais encargos fiscais, trabalhistas, previdenciários e comerciais incidentes sobre o contrato relativamente aos serviços prestados serão de nossa inteira responsabilidade.

Além do disposto, nos comprometemos a envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a terceiros e a transferir à SAEG as vantagens obtidas.

- e) Estamos cientes e de acordo com as disposições alusivas a direitos autorais estabelecidas neste edital.

NOME E ASSINATURA DO REPRESENTANTE LEGAL DA EMPRESA

ANEXO III
CRITÉRIOS DE PONTUAÇÃO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

RACIOCÍNIO BÁSICO – acuidade de compreensão

	CRITÉRIO	PONTUAÇÃO MÁXIMA	AValiação
a	Das características gerais sobre a SAEG	2	
b	Das atividades desenvolvidas pela SAEG que sejam significativas para a comunicação publicitária.	2	
c	do problema específico de comunicação a ser enfrentado pela SAEG	3	
d	das necessidades de comunicação da SAEG para enfrentar esse problema de comunicação.	3	
TOTAL		10	

ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

	CRITÉRIO	PONTUAÇÃO MÁXIMA	AValiação
--	-----------------	-----------------------------	------------------

A	A adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza e à qualificação da SAEG e a seu problema específico de comunicação.	6	
B	A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito propostos.	6	
C	A adequação e a exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do problema específico de comunicação da SAEG	4	
d	A capacidade de articular os conhecimentos sobre a SAEG, seu problema específico de comunicação, seus públicos, os resultados e metas por ele desejadas.	4	
TOTAL		20	

IDEIA CRIATIVA

	CRITÉRIO	PONTUAÇÃO MÁXIMA	AValiação
a	Sua adequação ao problema específico de comunicação da SAEG	4	

b	Sua capacidade de síntese da estratégia de comunicação	4	
c	Sua adequação ao universo cultural dos segmentos de público-alvo.	2	
d	A originalidade da combinação dos elementos que a constituem.	4	
e	A simplicidade da forma sob a qual se apresenta.	4	
f	A exequibilidade das peças e/ou do material.	2	
TOTAL		20	

ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA

	CRITÉRIO	PONTUAÇÃO O MÁXIMA	AValiação
a	O conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de públicoprioritários.	5	
b	A capacidade analítica no exame desses hábitos e a eficácia da aplicação da verba de mídia no plano de distribuição de peças e/ou do material.	5	

c	A pertinência, a oportunidade e economicidade demonstradas no uso dos recursos próprios de comunicação da SAEG.	5	
TOTAL		15	

CAPACIDADE DE ATENDIMENTO

	CRITÉRIO	PONTUAÇÃO O MÁXIMA	AValiação
a	O porte e a tradição dos clientes atuais da licitante e o conceito de seus produtos e serviços no mercado.	3	
b	A experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias.	3	
c	A adequação das qualificações e das quantificações desses profissionais à estratégia de comunicação publicitária da SAEG.	2	
d	A adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que a licitante colocará à disposição da execução do contrato, em caráter prioritário.	2	
e	A operacionalidade do relacionamento entre a SAEG e a licitante, esquematizado na proposta.	3	

f	A relevância e a utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que a licitante colocará regularmente à disposição da SAEG, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato.	2	
TOTAL		15	

REPERTÓRIO

	CRITÉRIO	PONTUAÇÃO MÁXIMA	AValiação
a	a ideia criativa e sua pertinência ao problema a ser resolvido	4	
b	a qualidade da execução e do acabamento da peça e/ou material	3	
c	a clareza da exposição das informações prestadas	3	
TOTAL		10	

RELATO DE SOLUÇÃO DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO

	CRITÉRIO	PONTUAÇÃO MÁXIMA	AValiação
a	A evidência de planejamento publicitário	3	

b	A consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução	3	
c	A relevância dos resultados apresentados	4	
TOTAL		10	

ANEXO IV

MINUTA DO CONTRATO

INSTRUMENTO PARTICULAR DE CONTRATO QUE ENTRE SI CELEBRAM A COMPANHIA DE SERVIÇO DE ÁGUA, ESGOTO E RESÍDUOS DE GUARATINGUETÁ E A EMPRESA _____.

Companhia de Serviço de Água, Esgoto e Resíduos de Guaratinguetá - SAEG, sociedade de economia mista municipal, inscrita no CNPJ 09.134.807/0001-91 e Inscrição Estadual 340.165.406.119, com sede nesta cidade, na Rua Xavantes, nº. 1.880, Bairro Jardim Aeroporto, na cidade de Guaratinguetá, Estado de São Paulo, doravante denominada **CONTRATANTE**, neste ato representada por seu Diretor Presidente, Miguel Sampaio Junior, portador da cédula de identidade nº. 6.418.727-5 SSP/SP e CPF nº. 740.596.378-15, e a Empresa _____, inscrita no CNPJ _____ e Inscrição Estadual _____ estabelecida na _____, neste denominada **CONTRATADA**, representada neste ato pelo seu representante legal, o Sr. _____, portador da cédula de identidade nº. _____ e CPF nº. _____, compareceram as partes para justas e acordadas assinarem o presente Contrato, nos termos da Lei 13.303/2016, Lei Complementar 123/06, e Leis Federais n.º 12.232/10, n.º 4.680/65 e pelos Decretos Federais n.º 57.690/66 e 4.563/02 e em conformidade com a PROCESSO DE LICITAÇÃO 004/2022, que fica fazendo parte integrante deste instrumento.

CLÁUSULA PRIMEIRA - DO OBJETO

1.1- A presente licitação visa a contratação de agência de publicidade e propaganda para a prestação de serviços publicitários, de divulgação, comunicação publicitária e marketing para a SAEG, conforme as condições e as especificações constantes no edital e em seus anexos.

1.2 Consideram-se integrantes do presente contrato, como se nele estivessem transcritos, os documentos a seguir relacionados, bem como seus eventuais anexos: o instrumento convocatório do certame licitatório acima indicado, e a respectiva proposta, elaborada e apresentada pela CONTRATADA, datada de //

CLÁUSULA SEGUNDA - DO REGIME DE EXECUÇÃO

2.1 - Esta contratação se fará no regime de empreitada por preço global, conforme artigo 42º, inciso II, da Lei n.º 13.303/2016.

CLÁUSULA TERCEIRA - DO PREÇO

3.1 - O valor total para execução dos serviços é de R\$ _____, (), conforme preços apresentados na proposta da CONTRATADA.

3.2 - Estão inclusos no preço global deste contrato todo o material necessário para execução dos serviços, mobiliários, equipamentos, mão-de-obra, como também as despesas inerentes ao cumprimento, por parte da CONTRATADA, das obrigações assumidas nos termos deste Instrumento.

3.3 - Os preços propostos constituirão a qualquer título, a única e completa remuneração pela adequada e perfeita execução dos serviços e pelo pagamento dos encargos trabalhistas, previdenciários, fiscais e comerciais resultantes da

execução deste Instrumento.

3.4 - Os preços não poderão ser reajustados antes do período mínimo de um ano, contado da datada apresentação das propostas e desde que solicitado pela Contratada, obedecida a superveniência de norma legal que venha a dispor de forma diversa sobre a matéria, sendo que, neste caso, será adotada a variação do índice IPC/FIPE do período.

CLÁUSULA QUARTA - CONDIÇÕES DE LIQUIDAÇÃO E PAGAMENTO.

4.1 - No tocante à veiculação, a contratada fica obrigada a apresentar, sem ônus para a SAEG, os seguintes comprovantes:

Para TV, Cinema e Rádio:

a.1) Nas praças cobertas por serviço de checagem: relatórios de checagem emitidos por empresas terceirizadas;

a.2) Nas praças não cobertas por serviços de checagem: comprovante de veiculação emitido eletronicamente pela empresa que realizou a veiculação ou declaração, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, as seguintes informações: razão social e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração, local e data, nome do programa, dia e horário da veiculação.

Para Mídia Exterior: relatório de checagem com fotos, emitidos por empresas terceirizadas, ou fotos das peças, fornecidas pelas empresas exibidoras, com identificação do local de exibição, em ambos os casos.

Para Internet: relatório de gerenciamento fornecido pelas empresas que veicularam as peças.

Para Mídia Impressa: exemplares originais dos títulos.

4.2 - A Nota Fiscal referente a serviço de veiculação deverá ser emitida pelos veículos de divulgação e não será aceito em substituição nenhum documento fiscal emitido por representantes de veículos.

4.3 - As liquidações e pagamentos serão feitos até 15 dias após a emissão da nota fiscal à SAEG.

Veiculação: mediante apresentação dos documentos de cobrança, que deverão ser emitidos no 1º dia útil do mês subsequente ao da veiculação; dos planos de mídia autorizados pela Assessoria da Comunicação e dos comprovantes mencionados dentro deste item 4.

Peças e materiais produzidos por terceiros: mediante apresentação dos documentos de cobrança, que deverão ser emitidos no 1º dia útil do mês subsequente ao da prestação dos serviços; dos respectivos comprovantes de entrega do serviço.

4.4 Os pagamentos a terceiros por serviços prestados, incluídos os de veiculação, serão efetuados pela contratada imediatamente após a compensação bancária dos pagamentos feitos pela SAEG,

4.5 A contratada apresentará mensalmente à SAEG, até o décimo dia do mês subsequente aodo pagamento, relatórios que comprovem os pagamentos feitos a terceiros.

4.6 Os relatórios devem ter pelo menos as seguintes informações: número do banco, da agência e da ordem bancária, data do pagamento, valor e nome do favorecido.

CLÁUSULA QUINTA - DO PRAZO

5.1- O contrato terá **duração de 12 (doze) meses**, podendo ser prorrogado, mediante acordo entre as partes, nos termos da lei 13.303/2016.

5.2- A SAEG se reserva o direito de utilizar ou não a totalidade dos recursos previstos.

CLÁUSULA SEXTA - DO CRÉDITO

6.1- As despesas decorrentes deste objeto licitatório correrão por conta da dotação orçamentária: 3390390500 – Serviços técnicos Profissionais – Diretora Presidência.

CLÁUSULA SÉTIMA – OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA

7.1- A contratada poderá subcontratar outras empresas, para a execução total ou parcial de alguns dos serviços de que trata esta concorrência, à exceção dos serviços de concepção e criação de campanhas, peças e materiais publicitários, mediante anuência prévia, por escrito, da Assessoria de Comunicação, ressaltando-se que a contratada permanecerá com todas as suas responsabilidades contratuais perante à SAEG.

7.2- Apresentar, no ato da assinatura do contrato, Certificado de Qualificação Técnica de Funcionamento obtido perante o Conselho Executivo das Normas-Padrão - CENP, entidade sem fins lucrativos, integrado e gerido por entidades nacionais que representam veículos, anunciantes e agências, ou por entidade

equivalente, legalmente reconhecida como fiscalizadora e certificadora das condições técnicas de agências de propaganda.

7.3- Envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a terceiros e transferir à SAEG. as vantagens obtidas.

7.3.1.- Pertencem à SAEG. as vantagens obtidas em negociação de compra de mídia diretamente ou por intermédio da contratada, incluídos os eventuais descontos e as bonificações na forma de tempo, espaço ou reaplicações que tenham sido concedidos por veículo de divulgação.

7.3.2- Negociar sempre as melhores condições de preço, nos casos de reutilizações de peças publicitárias que incorporem trechos de obras consagradas e/ou imagens de trechos de obras consagradas e/ou imagens de personalidades, em ambos os casos com notório reconhecimento em nível nacional e/ou internacional.

7.4- Observar as seguintes condições para o fornecimento de bens ou serviços especializados à SAEG

- a) Fazer cotações prévias de preços para todos os serviços a serem prestados por fornecedores.
- b) Só apresentar cotações de preços obtidas junto a fornecedores previamente cadastrados junto à Seção de Cadastro de Fornecedores da SAEG, aptos a fornecerem às Contratadas bens ou serviços especializados relacionados com as atividades complementares da execução do objeto do contrato.
- c) Apresentar, no mínimo, 3 (três) cotações coletadas entre integrantes do cadastro de fornecedores que atuem no mercado do ramo do fornecimento

pretendido.

d) Exigir do fornecedor que conste, na cotação, os produtos ou serviços que a compõem, seus preços unitários e totais e, sempre que necessário, o detalhamento de suas especificações;

e) A cotação deverá ser apresentada no original, em papel timbrado, com a identificação completa do fornecedor (nome, CNPJ ou CPF, endereço, telefone, entre outros dados) e a identificação completa (nome, RG e CPF) e assinatura do responsável;

f) Quando o fornecimento de bens ou serviços tiver valor superior a 0,5% (cinco décimos por cento) do valor global do contrato, a Contratada coletará orçamento de fornecedores em envelopes fechados, que serão abertos em sessão pública, convocada e realizada sob fiscalização da SAEG.

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

h) - Se não houver possibilidade de obter 3 (três) cotações, a contratada deverá apresentar as justificativas pertinentes, por escrito, ao gestor do contrato.

7.4.1- As disposições discriminadas no item 7.6 se aplicam aos custos e às despesas de veiculação apresentados à SAEG para pagamento, os quais deverão ser acompanhados da demonstração do valor devido ao veículo, de sua tabela de preços, da descrição dos descontos negociados e dos pedidos de inserção correspondentes, bem como de relatório de checagem, a cargo de empresa independente, sempre que possível.

7.5 – A contratada se obrigará a permitir que a auditoria interna da SAEG e/ou auditoria externa por ela indicada tenham acesso a todos os documentos que

digam respeito aos serviços prestados à SAEG

7.5.1- Obter a aprovação prévia e expressa da SAEG, por escrito, para autorizar despesas com serviços especializados prestados por fornecedores, veiculação e qualquer outra relacionada com este contrato.

7.6– A contratada só poderá reservar e comprar espaço ou tempo publicitário de veículos, por ordem e conta da SAEG, se previamente o identificar e tiver sido por ela expressamente autorizada.

7.7– A contratada deverá encaminhar imediatamente após a produção dos serviços, para constituir o acervo da Assessoria de Comunicação, sem ônus para a SAEG

- TV e Cinema: uma cópia em DVD com o arquivo em Mpeg em alta qualidade;
- Internet: uma cópia em CD ou DVD, com os arquivos que constituíram a campanha ou peça;
- Rádio: uma cópia em CD ou DVD, com arquivo de áudio e mp3;
- Mídia Impressa e Material Publicitário: uma cópia em CD ou DVD, com gravações originais dos arquivos de edição (formato aberto para edição), com as fontes e links em alta resolução, e uma versão finalizada em PDF.

7.7.1- Quando se tratar de campanhas com várias mídias, as peças poderão ser agrupadas em um mesmo DVD, desde que contenham os arquivos originais editáveis e versão fechada em PDF.

7.7.2- A contratada deverá, durante o período de, no mínimo, 5 (cinco) anos após a extinção do contrato, manter acervo comprobatório da totalidade dos serviços prestados e das peças publicitárias produzidas.

7.7.3- A contratada deverá enviar o material necessário à veiculação às suas expensas. 7.7.4- A contratada deverá manter, durante a execução do contrato,

todas as condições de habilitação exigidas no edital, incluída a certificação de qualificação técnica de atendimento de que trata o art. 4º e seu § 1º da Lei nº 12.232/2010.

7.8- A CONTRATADA deverá manter preposto, que será o responsável pela comunicação entre a SAEG e a CONTRATADA, devendo inclusive comparecer até a sede da SAEG quando necessário ou solicitado.

7.9- Fica a CONTRATADA proibida de admitir, na vigência deste instrumento contratual, durante seus aditamentos ou prorrogações, empregados que sejam cônjuges ou companheiros ou que detenham relações de parentesco consanguíneo ou por afinidade, em linha reta, ou colateral até terceiro grau, com o Prefeito, Vice-Prefeito, Secretários Municipais, Vereadores, bem com os titulares de cargos equivalentes em autarquias, empresas públicas, sociedades de economia mista ou fundações instituídas pelo Poder Público Municipal, sob pena de rescisão e respectivas sanções por inadimplemento contratual.

7.10- A Contratada ficará obrigada a aceitar, nas mesmas condições contratuais, os acréscimos ou supressões, até 25% (vinte e cinco por cento) do valor inicial atualizado do Contrato, conforme art.81, § 1º, da Lei Federal nº 13.303/2016.

CLÁUSULA OITAVA – OBRIGAÇÕES DA CONTRATANTE

8.1 - Fornecer todas as informações necessárias para a execução dos serviços.

8.2 - Avaliar semestralmente o desempenho da contratada, sobretudo quanto à qualidade do atendimento e do nível técnico dos trabalhos realizados.

8.2.1 - A avaliação semestral será considerada para aquilatar a necessidade de solicitar à contratada que melhore a qualidade de serviços prestados; para decidir sobre a conveniência de renovar ou, a qualquer tempo, rescindir o respectivo contrato; para fornecer, quando solicitado pela contratada, declarações sobre seu desempenho, a fim de servir de prova de capacitação técnica em licitações.

8.3 - Comunicar, por escrito, à contratada, toda e qualquer orientação acerca dos serviços excetuados e os entendimentos orais determinados pela urgência, que deverão ser confirmados, por escrito, no prazo de três dias úteis.

8.4 - Caberá ao Gabinete do Poder Executivo proceder à verificação prévia da adequação dos preços dos serviços de terceiros, podendo para isso realizar cotação de preços diretamente junto a fornecedores.

8.5 - O Gabinete do Poder Executivo poderá, se e quando julgar conveniente, supervisionar o processo de seleção de fornecedores realizado pela contratada.

CLÁUSULA NONA - REMUNERAÇÃO.

9.1 - A remuneração pelos serviços prestados será feita por meio de custos internos da agência e honorários incidentes sobre serviços de terceiros, a saber:

desconto a ser concedido à SAEG, sobre os custos internos, baseado na tabela de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de São Paulo. Considerando que a empresa vencedora deverá oferecer um desconto de, no máximo 80%, do valor da tabela citada.

honorários que cobrará sobre os custos comprovados de serviços realizados por terceiros, referentes à produção de peças e materiais cuja distribuição não proporcione o desconto de agência a ser concedido pelos veículos de divulgação.

Esses honorários serão calculados sobre o preço efetivamente faturado, a ele não acrescido o valor dos tributos cujo recolhimento seja de competência da contratada.

As formas de remuneração estabelecidas nesta cláusula poderão ser renegociadas, no interesse da SAEG, quando da renovação ou da prorrogação do contrato.

CLÁUSULA DÉCIMA - DO DESCONTO DE AGÊNCIA.

10.1- Além da remuneração prevista na cláusula décima segunda, a contratada fará jus ao desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei 4.680/65.

CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA - DO RECONHECIMENTO DOS DIREITOS DA ADMINISTRAÇÃO

11.1 - A CONTRATADA reconhece os direitos da SAEG no caso de rescisão contratual, conforme previsto na lei 13.303/2016 e no Regulamento Interno de Licitações da SAEG.

CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA - DOS CASOS DE RESCISÃO

12.1- A inexecução total ou parcial deste contrato ou a recusa no fornecimento de informações relacionadas ao mesmo ensejará sua rescisão, nos casos previstos na Lei 13.303/2016 e Regulamento Interno de Licitações da SAEG.

12.2 – A aplicação de uma das sanções não implica na exclusão de outras previstas na legislação vigente.

CLÁUSULA DÉCIMA TERCEIRA - DA VINCULAÇÃO DO EDITAL

13.1 - O cumprimento deste contrato está vinculado aos termos do Edital de Processo de Licitação 004/2022, seus Anexos e à proposta da CONTRATADA.

CLÁUSULA DÉCIMA QUARTA - DA LEGISLAÇÃO

14.1- Este contrato será regido pelas disposições da Lei n.º 13.303/2016, Lei Complementar 123/06, Leis Federais n.º 12.232/10, n.º 4.680/65 e pelos Decretos Federais n.º 57.690/66 e 4.563/02 e, em sua íntegra, pelas normas do Código de Defesa do Consumidor como se nele estivessem transcritas, sendo que os casos omissos serão dirimidos no foro da Comarca de Guaratinguetá-SP, com renúncia de qualquer outro, por mais privilegiado que seja.

14.2 - Elegem as partes o foro da Comarca de Guaratinguetá, para nele serem dirimidas quaisquer questões oriundas deste Contrato.

E, por estarem assim, justos e acordados, firmam o presente Contrato, em 03 (três) vias de igual teor e forma.

Guaratinguetá, _____ de _____ de 20__.

Sr. _____
CPF nº.
Diretor Presidente

Dr. _____
OAB-SP
Assessor Jurídico

Empresa
CNPJ _____/_____-____
CONTRATADA
Sr. _____



**Companhia de Serviços de Água, Esgoto e Resíduos de
Guaratinguetá**

Rua Xavantes, 1880 – Jardim Aeroporto – Guaratinguetá – SP – CEP

CNPJ nº. 09.134.807/0001-91

CPF nº. _____

TESTEMUNHAS: (nome)
CPF nº.
CONTRATANTE

(nome)
CPF nº.
CONTRATADA

ANEXO V

(modelo)

PROCURAÇÃO

Pelo presente instrumento particular de procuração _____ (nome da empresa), nomeia e constitui seu bastante procurador o Sr. _____ (nome do outorgado, nº. da carteira de identidade), com poderes para representa-lo perante a SAEG, no Processo de Licitação 004/2022, podendo participar das sessões realizadas, assinar propostas, decidir sobre desistência ou interposição de recursos, assinar atas, enfim, praticar todos os atos que se façam necessários ao cumprimento regular do presente mandato.

Local e Data.

NOME E ASSINATURA DO REPRESENTANTE LEGAL DA EMPRESA

ANEXO VI

(modelo)

**DECLARAÇÃO DE CUMPRIMENTO DO DISPOSTO NO INCISO XXXIII DO
ART. 7º DA C.F.**

(Nome da Empresa), CNPJ
nº estabeleci à (endereço
.., da
completo)..... declara, sob as penas da Lei que não possui em seu quadro
de pessoal, empregado menor de 18 (dezoito) anos em trabalho noturno, perigoso
ou insalubre e de 16(dezesseis) anos em qualquer trabalho, salvo na condição de
aprendiz, a partir de 14(quatorze) anos, nos termos do inciso XXXIII do ART. 7º
da Constituição Federal de 1988 (Lei nº 9.854/99)

Local e Data.

NOME DO REPRESENTANTE LEGAL DA EMPRESA E ASSINATURA

(modelo)

DECLARAÇÃO DE QUE RESPONDE PELA VERACIDADE.

(Nome da Empresa), CNPJ
nº, estabelecida à..... (endereço
completo)..... declara, sob as penas da Lei que responde pela
veracidade e autenticidade das informações constantes nos envelopes de
documentação e de proposta.

Local e Data.

NOME DO REPRESENTANTE LEGAL DA EMPRESA E ASSINATURA

(modelo)

DECLARAÇÃO DE QUE NÃO HÁ FATO IMPEDITIVO.

(Nome da Empresa), CNPJ
nº, estabelecida à (endereço
completo) declara, sob as penas da Lei, que até a presente data inexistem
fatos impeditivos para habilitação no presente certame, ciente da responsabilidade
de declarar ocorrências posteriores.

Local e Data.

NOME DO REPRESENTANTE LEGAL DA EMPRESA E ASSINATURA

(modelo)

DECLARAÇÃO DE PLENO CONHECIMENTO.

(Nome da Empresa), CNPJ
nº, estabelecida à.....(endereço
completo)..... declara, sob as penas da Lei, que tem pleno e total
conhecimento do Edital de **Processo de Licitação 004/2022**, e de que se submete
a todas as condições do mesmo.

Local e Data.

NOME DO REPRESENTANTE LEGAL DA EMPRESA E ASSINATURA

(modelo)

DECLARAÇÃO DE MICROEMPRESA OU EMPRESA DE PEQUENO PORTE

DECLARO, sob as penas da lei, sem prejuízo das sanções e multas previstas neste ato convocatório, que a empresa _____ CNPJ nº _____ **é microempresa ou empresa de pequeno porte**, nos termos do enquadramento previsto na **Lei Complementar nº 123, de 14 de dezembro de 2006, alterada pela Lei Complementar n.º 147/2014**, cujos termos declaro conhecer na íntegra, estando apta, portanto, a exercer o direito de preferência como critério de desempate no PROCESSO DE LICITAÇÃO 004/2022.

Local e data.

NOME DO REPRESENTANTE LEGAL DA EMPRESA E ASSINATURA

Nome do

Representante:

RG do Representante:

(modelo)

**DECLARAÇÃO DE QUE CUMPRE COM O DISPOSTO NO ARTIGO 38º,
INCISO III, DA LEI FEDERAL Nº 13.303/2016**

(Nome da Empresa), CNPJ
nº, estabelecida à..... (endereço
completo) declara, sob as penas da Lei, que cumpre com o disposto no artigo 38º,
Item III, da Lei Federal nº 13.303/2016 e suas alterações.

Local e data.

NOME DO REPRESENTANTE LEGAL DA EMPRESA E ASSINATURA

Nome do Representante:

RG do Representante:

PROCESSO DE LICITAÇÃO Nº. 004/2022

ANEXO X

TERMO DE CIÊNCIA E NOTIFICAÇÃO

MUNICÍPIO: GUARATINGUETÁ

ÓRGÃO OU ENTIDADE: Companhia de Serviço de Água, Esgoto e Resíduos de Guaratinguetá

CONTRATO: PROCESSO DE LICITAÇÃO nº. 004/2022

OBJETO: Contratação de agência de publicidade.

CONTRATANTE: Companhia de Serviço de Água, Esgoto e Resíduos de Guaratinguetá - SAEG

ADVOGADO: FARID MIGUEL SAFATLE FILHO

CONTRATADA:

Na qualidade de **CONTRATANTE** e **CONTRATADA**, respectivamente, do Termo acima identificado, e, cientes do seu encaminhamento ao TRIBUNAL DE CONTAS DO ESTADO, para fins de instrução e julgamento, damos-nos por CIENTES e NOTIFICADOS para acompanhar todos os atos da tramitação processual, até julgamento final e sua publicação e, se for o caso e de nosso interesse, para, nos prazos e formas legais e regimentais, exercer o direito da defesa, interpor recursos e o mais que couber. Outrossim, declaramos estar cientes, doravante, de que todos os despachos e decisões que vierem a ser tomadas, relativamente ao aludido processo, serão publicados no Diário Oficial do Estado, Caderno do Poder Legislativo, parte do Tribunal de Contas do Estado de São Paulo, de conformidade

com o artigo 90 da

Lei Complementar nº. 709, de 14 de janeiro de 1993, iniciando-se, a partir de
então, a contagem dos prazos processuais.

Guaratinguetá, ___ de _____ de 2022.

Sr. _____ CPF nº.
Diretor Presidente

Empresa CONTRATADA