



ESTADO DE MATO GROSSO
CÂMARA MUNICIPAL DE CUIABÁ

CONCORRÊNCIA
PÚBLICA
N.º 001/2024

Concorrência Pública nº001/2024

Objeto

Contratação de até 3 (três) agências de propaganda, para a prestação de serviço de publicidade para a Câmara Municipal de Cuiabá, sem segregação em lotes, itens ou contas publicitárias, cujas atividades têm por objetivo: estudo, planejamento, conceituação, concepção, criação, intermediação, supervisão, execução de estratégias, e ações de publicidade e atividades complementares, com a finalidade de dar publicidade e divulgar as políticas públicas, divulgar as ações de governo do Poder Legislativo Municipal, para informar o público em geral, assim como a distribuição da comunicação aos veículos e demais meios de divulgação, conforme art 37, §1º da Constituição Federal.

Valor Estimado

R\$ 15.000.000,00 (quinze milhões de reais).

Registro de Preço	Vistoria	Instrumento Contratual	Forma de Adjudicação
NÃO	NÃO	CONTRATO	NÃO SE APLICA

DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO (ANEXOII)

Requisitos Básicos:

Requisitos Específicos:

Exclusiva ME/EPP?	Reserv. Cota ME/EPP?	Prova de Conceito?	Modo de disputa
NÃO	NÃO	NÃO	FECHADO

Primeira Sessão

02/05/2024
(09h:30min)
Horário Local

Pedidos de Esclarecimentos e Impugnações

licitacao@camaracuiaba.mt.gov.br



EDITAL CONCORRÊNCIA PÚBLICA 001/2024

(Processo Administrativo n.º 2024.011.048)

1. PREÂMBULO

- 1.1. A Câmara Municipal de Cuiabá (CMC), situada na Rua Barão de Melgaço, S/N – Praça Pascoal Moreira Cabral – Centro Cuiabá, por intermédio da Comissão Permanente de Licitação, designada pela Portaria nº. 265/2023, de 4 de agosto de 2023, torna público que realizará licitação na modalidade Concorrência Pública, do tipo **TÉCNICA E PREÇO**, pelo regime de empreitada por preço unitário, sem divisão por lotes, itens, contas publicitárias ou segmento conforme descrito neste edital e seus anexos, em conformidade com a Lei N° 12.232/2010 e complementarmente pelas Leis nº 14.133/2021 e 4.680/1965.
- 1.2. Todas as referências de horários previstas no edital são referentes ao de Cuiabá-MT.
- 1.3. A Concorrência Pública será realizada em **04 (quatro) sessões públicas**, e os seus trabalhos serão conduzidos pela Comissão Permanente de Licitação e respectiva Subcomissão Técnica, conforme descrito neste Edital e em seus Anexos.
- 1.4. O edital completo poderá ser obtido no site da Câmara Municipal de Cuiabá www.camaracuiaba.gov.mt.br. Outras informações poderão ser obtidas pelo telefone (65) 3617-1573 na Coordenadoria de Gestão de Contratos e Convênios, de segunda a sexta-feira, no horário das 07h30min às 13h30min (horário de Cuiabá).
- 1.5. O Recebimento dos **invólucros 1º, 2º, 3º e 4º (apresentação das propostas técnicas e de preço)**, bem como o credenciamento e a respectiva abertura do certame ocorrerão às 09h30min do dia **02/05/2024**.
- 1.6. Local: Rua Barão de Melgaço, S/N, Centro, Cuiabá-MT – Câmara Municipal de Cuiabá.
- 1.7. Critério de Julgamento:Técnica e preço
- 1.8. Regime de Execução:empreitada por preço unitário
- 1.9. *Email da Coordenadoria de Licitação: licitacao@camaracuiaba.mt.gov.br.*
- 1.10. Este processo licitatório será divulgado no site da Câmara Municipal de Cuiabá e no Portal Nacional de Contratações Públicas - PNCP.

2. OBJETO DA LICITAÇÃO

- 2.1. Contratação de até 3 (três) agências de propaganda, para a prestação de serviço de publicidade para a Câmara Municipal de Cuiabá, sem segregação em lotes, itens ou contas publicitárias, cujas atividades têm por objetivo: estudo, planejamento, conceituação, concepção, criação, intermediação, supervisão, execução de estratégias, e ações de publicidade e atividades complementares, com a finalidade de dar publicidade e divulgar as políticas públicas, divulgar as ações de governo do Poder Legislativo Municipal, para informar o público em geral, assim como a distribuição da comunicação aos veículos e demais meios de divulgação, conforme art 37, §1º da Constituição Federal.
- 2.2. Os serviços de publicidade contratados terão por objeto somente as atividades previstas no Artigo 2º, da Lei nº 12.232/2010, sendo vedada a inclusão de quaisquer outras atividades, em especial as de assessoria de imprensa, comunicação e relações públicas, de patrocínio ou as que tenham por finalidade a realização de eventos festivos de qualquer natureza, bem como



as de pesquisas de opinião que contém em seu bojo assuntos eleitorais e/ou políticos.

- 2.3. Compreende-se como ação publicitária, o conjunto de peças e materiais publicitários concebidos e desenvolvidos pela agência de propaganda, mediante demanda do anunciante, com o intuito de atender ao princípio da publicidade e ao direito à informação, de difundir ideias e princípios, posicionar instituições e programas, disseminar iniciativas e políticas públicas, ou informar e orientar o público em geral.
- 2.4. Compreende-se como estratégia publicitária, a elaboração e execução do plano de ações publicitárias.
- 2.5. Compreende-se como agência de propaganda, a empresa especializada na arte e na técnica publicitária, que, por meio de técnicos e especialistas, estuda, planeja, conceitua, concebe, cria, executa internamente, intermedeia e supervisiona a execução externa e distribui publicidade.
- 2.6. Compreende-se como atividades complementares, os serviços especializados pertinentes:
 - a) À produção, à execução técnica e à veiculação das peças e projetos criados, como, por exemplo, a contratação de empresa especializada para envio de material aos veículos/exibidores (via link, SD ou outra mídia) ou mesmo para conversão de formato e/ou extensão para veiculação em mídia específica (como no caso para exibição em cinemas), entre outros;
 - b) Ao planejamento e execução de pesquisas e outros instrumentos de avaliação e geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias, sobre os resultados das campanhas realizadas e das campanhas em desenvolvimento, relacionados à publicidade da Câmara Municipal de Cuiabá, como, por exemplo, a elaboração de estratégia e a contratação de serviços especializados em pesquisa pela internet, assim como a mensuração de resultados das ações de comunicação realizadas na rede, entre outros.
 - c) À criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com as novas tecnologias, visando à expansão dos efeitos das mensagens e das estratégias publicitárias, como, por exemplo, a elaboração e execução de ações pela internet, assim como contratação de impulsionamento (método de veiculação nas principais plataformas da rede) e de mídia programática, entre outros.
- 2.7. Ressalta-se que as pesquisas citadas anteriormente têm a exclusiva finalidade de:
 - a) Gerar conhecimento sobre o mercado ou ambiente de atuação da CMC, o público-alvo e os veículos de divulgação nos quais serão difundidas as campanhas ou peças;
 - b) Aferir a eficácia do desenvolvimento estratégico, da criação e da divulgação de mensagens;
 - c) Possibilitar a avaliação dos resultados das campanhas ou peças, vedada a inclusão de matéria estranha ou sem pertinência temática com a ação publicitária.
- 2.8. O planejamento objetiva subsidiar a proposição estratégica das ações publicitárias, tanto nos meios e veículos de divulgação tradicionais (off-line) como digitais (on-line) para alcance dos objetivos de comunicação e superação dos desafios apresentados e devem prever, sempre que possível, os indicadores e métricas para aferição, análise e otimização de resultados.



- 2.9. Não está contemplada no objeto a divulgação de publicidade oficial, assim entendida a publicação de documentos e informações determinadas por força de lei ou regulamento, veiculada via Diário Oficial.
- 2.10. Também não se abrange neste objeto as atividades de promoção, patrocínio, relações públicas, assessorias de comunicação e de imprensa e aquelas que tenham por finalidade a realização de eventos festivos.
- 2.10.1. Não se incluem no conceito de patrocínio os projetos de veiculação em mídia – assim entendidos os projetos de veiculação em mídia ou em instalações, dispositivos e engenhos que funcionem como veículo de divulgação – e o patrocínio de eventos esportivos, culturais ou de entretenimento comercializados por veículo de divulgação.

3. DA RETIRADA DO EDITAL, DOS ESCLARECIMENTOS E DA IMPUGNAÇÃO DO EDITAL

- 3.1. O edital e seus anexos poderão ser retirados no site <https://www.camaracuiaba.mt.gov.br/licitacao.php>, bem como estarão disponíveis para consulta na Coordenadoria de Gestão de Contratos e Convênios (Licitação), na sede da CMC.
- 3.2. Até 05 (cinco) dias úteis antes da data fixada para a realização da primeira sessão, qualquer interessado poderá solicitar esclarecimento ou requerer providências do ato convocatório da Concorrência Pública, que serão respondidos pela Comissão Permanente de Licitação, desde que os pedidos tenham sido recebidos até 5 (cinco) dias úteis antes da data do recebimento das Propostas Técnica e de Preço.
- 3.2.1. Na contagem dos prazos estabelecidos neste Edital, excluir-se-á o dia do começo e incluir-se-á o do vencimento, apenas se iniciando e/ou vencendo os prazos referidos neste Edital em dia de expediente na CMC, ou seja, serão contados somente os dias úteis consecutivos de modo contínuo.
- 3.2.2. Entende-se como dia do começo o primeiro dia útil seguinte ao da disponibilização da informação na internet, nos termos do §1º, I, do artigo 183, da Lei Federal nº 14.133/2021.
- 3.3. Os pedidos de esclarecimentos, providências ou impugnações não constituirão, necessariamente, motivos para que se altere a data e o horário da Reunião de Licitação, salvo se houver alteração material das propostas comerciais.
- 3.4. A solicitação de esclarecimento não deve utilizar termos que possam propiciar a identificação da proposta da licitante perante a Subcomissão Técnica, quando do julgamento da via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária – invólucro 1.
- 3.5. Os pedidos de ESCLARECIMENTOS, pedidos de PROVIDÊNCIAS e as IMPUGNAÇÕES deverão ser enviados para a COORDENADORIA DE GESTÃO DE CONTRATOS E CONVÊNIOS, via e-mail licitacao@camaracuiaba.mt.gov.br no prazo previsto no item 3.2, e 3.11, respectivamente, podendo também ser protocolados fisicamente junto à referida Coordenadoria, igualmente respeitado o prazo previsto no item 3.2 e 3.11 desta seção.
- 3.5.1. A impugnação tempestiva NÃO impede a licitante de participar da licitação, até o trânsito em julgado da decisão a ela pertinente.
- 3.6. Todas as petições e pedidos de esclarecimentos serão respondidos exclusivamente por e-mail para a empresa solicitante, bem como, lançado no endereço eletrônico <https://www.camaracuiaba.mt.gov.br/licitacao.php> junto ao



Edital, para conhecimento da empresa solicitante/impugnante e de quaisquer interessados.

- 3.7. Cabe às licitantes interessadas indicar e-mail para recebimento da resposta e confirmar o recebimento da desta.
- 3.8. As alterações do Edital que afetarem a formulação da proposta serão comunicadas aos interessados e divulgadas pela mesma forma que se deu o texto original, reabrindo-se o prazo inicialmente estabelecido.
- 3.9. O pedido de esclarecimento e/ou providências efetuado após o prazo estipulado no subitem 3.2, bem como a impugnação do edital fora do prazo estipulado no subitem 3.11, implica o seu recebimento como mera informação, bem como não terão validade nem gerarão efeitos jurídicos a impugnação intempestiva.
- 3.10. Se a impugnação ao edital e/ou pedido de esclarecimento for reconhecida e julgada procedente, serão corrigidos os vícios e uma nova data será designada pela Administração, para a realização do certame, exceto quando, inquestionavelmente, a alteração não afetar o recebimento das Propostas Técnica e de Preço.
- 3.11. **DECAIRÁ DO DIREITO DE IMPUGNAR** os termos deste Edital, perante a Comissão Permanente de Licitação –CPL, que tem o prazo de 3 (três) dias úteis para respondê-la, sem prejuízo da faculdade prevista no art. 164, da Lei nº 14.133/2021:
 - I - O cidadão que não se manifestar em até 5 (cinco) dias úteis antes da data de recebimento das Propostas Técnicas e de Preços;
 - II - A licitante que não se manifestar em até 2 (dois) dias úteis antes da data de recebimento das Propostas Técnicas e de Preços.

4. PARTICIPAÇÃO NA LICITAÇÃO

- 4.1. A Sessão desta CONCORRÊNCIA PÚBLICA será pública e realizada em conformidade com este Edital na data, horário e local indicado no Preâmbulo.
- 4.2. Poderá participar deste processo a licitante que atender às condições descritas no Anexo I, do Termo de Referência - Qualificação Requerida, e apresentar os documentos nele exigidos, correndo por sua conta todos os custos decorrentes da elaboração e apresentação de suas propostas, não sendo devida nenhuma indenização aos licitantes pela realização de tais atos.
- 4.3. Nenhuma licitante poderá participar com mais de uma proposta.
- 4.4. A participação no presente processo licitatório implica, tacitamente, para a licitante, a confirmação de que recebeu da Comissão Permanente de Licitação o **Invólucro nº 1** e as informações necessárias ao cumprimento desta concorrência; a aceitação plena e irrevogável de todos os termos, cláusulas e condições constantes no Edital e em seus anexos; a observância dos preceitos legais e regulamentares em vigor; e a responsabilidade pela fidelidade e legitimidade das informações e dos documentos apresentados em qualquer fase do processo.
- 4.5. Os serviços de publicidade serão contratados em agência de propaganda, cujas atividades sejam disciplinadas pela Lei Federal nº 4.680/1965 e que tenham obtido certificado de qualificação técnica de funcionamento.
- 4.6. O interessado em participar desta licitação se obriga a acompanhar eventuais alterações ou informações sobre esta concorrência no sítio eletrônico da CMC <https://www.camaracuiaba.mt.gov.br/licitacao.php> e na Gazeta Municipal de Cuiabá.

Participação de Microempresa e Empresa de Pequeno Porte (ME e EPP)



- 4.7. Nos termos dos artigos 42 a 49, da Lei Complementar nº. 123, de 14 de dezembro de 2006, as ME e EPP deverão apresentar toda a documentação exigida para efeito de comprovação de regularidade fiscal e trabalhista, mesmo que esta apresente alguma restrição.
- 4.8. Havendo alguma restrição na comprovação da regularidade fiscal e trabalhista, será assegurado o prazo de 05 (cinco) dias úteis, cujo termo inicial corresponderá ao momento em que o proponente for declarado o vencedor do certame, prorrogáveis por igual período, a critério da Administração Pública, para a regularização da documentação, pagamento ou parcelamento do débito e emissão de eventuais certidões negativas ou positivas com efeito de certidão negativa.
- 4.9. Eventual interposição de recurso contra a decisão que declara o vencedor do certame não suspenderá o prazo supracitado.
- 4.10. A não regularização da documentação no prazo previsto no subitem 4.8 implicará decadência do direito à contratação, sem prejuízo das sanções previstas no art. 90 § 5º, da Lei 14.133/2021, e suas alterações posteriores, sendo facultado à Administração convocar os licitantes remanescentes para nova sessão pública, respeitando-se a ordem de classificação, para contratação, ou revogar a licitação.
- 4.11. Será assegurado, como critério de desempate, preferência de contratação para as microempresas e empresas de pequeno porte, entendendo-se por empate as situações em que as propostas por estas apresentadas sejam iguais ou até 10% (dez por cento) superiores à proposta mais bem classificada, e desde que a melhor oferta inicial não seja de uma microempresa ou empresa de pequeno porte.
- 4.12. Ocorrendo o empate, ocorrerá o procedimento da seguinte forma:
- 4.13. A ME e EPP mais bem classificada poderá apresentar proposta de preço inferior àquela considerada vencedora do certame, situação em que será adjudicado em seu favor o objeto licitado;
- 4.14. Não ocorrendo a contratação da ME e EPP, na forma do subitem 4.12., serão convocadas as remanescentes que atenderem rigorosamente o edital e seus anexos, na ordem classificatória, para o exercício do mesmo direito;
- 4.15. No caso de equivalência dos valores apresentados pelas empresas de pequeno porte que se encontre no intervalo estabelecido no subitem 4.11., será realizado sorteio entre elas para que se identifique aquela que primeiro poderá apresentar melhor oferta;
- 4.16. Na hipótese da não contratação nos termos previstos acima, o objeto licitado será adjudicado em favor da proposta originalmente vencedora do certame.
- 4.17. A ME e EPP que usufruir dos benefícios tratados pela Lei Complementar nº. 123/2006 deverá apresentar, na forma da lei, juntamente com os documentos de habilitação, a declaração de que não se encontra em nenhuma das situações do art. 3º, § 4º, do dispositivo supracitado, conforme **AnexoVII** deste Edital.
- 4.18. A obtenção do benefício a que se refere o item anterior fica limitada às microempresas e às empresas de pequeno porte que, no ano-calendário de realização do procedimento, ainda não tenham celebrado contratos com a Administração Pública cujos valores somados extrapolem a receita bruta máxima admitida para fins de enquadramento como empresa de pequeno porte.

Vedação da participação

- 4.19. Não poderão participar desta licitação os fornecedores:



- 4.20. que não atendam às condições deste Edital e de seu(s) anexo(s);
- 4.21. estrangeiros que não tenham representação legal no Brasil com poderes expressos para receber citação e responder administrativa ou judicialmente;
- 4.22. que se enquadrem nas seguintes vedações:
- a) autor do anteprojeto, do projeto básico ou do projeto executivo, pessoa física ou jurídica, quando a contratação versar sobre obra, serviços ou fornecimento de bens a ele relacionados;
 - b) empresa, isoladamente ou em consórcio, responsável pela elaboração do projeto básico ou do projeto executivo, ou empresa da qual o autor do projeto seja dirigente, gerente, controlador, acionista ou detentor de mais de 5% (cinco por cento) do capital com direito a voto, responsável técnico ou subcontratado, quando a contratação versar sobre obra, serviços ou fornecimento de bens a ela necessários;
 - c) pessoa física ou jurídica que se encontre, ao tempo da contratação, impossibilitada de contratar em decorrência de sanção que lhe foi imposta;
 - d) aquele que mantenha vínculo de natureza técnica, comercial, econômica, financeira, trabalhista ou civil com dirigente da Câmara Municipal de Cuiabá ou com agente público que desempenhe função na licitação ou atue na fiscalização ou na gestão do contrato, ou que deles seja cônjuge, companheiro ou parente em linha reta, colateral ou por afinidade, até o terceiro grau;
 - e) empresas controladoras, controladas ou coligadas, nos termos da Lei nº 6.404, de 15 de dezembro de 1976, concorrendo entre si;
 - f) pessoa física ou jurídica que, nos 5 (cinco) anos anteriores à divulgação do edital tenha sido condenada judicialmente, com trânsito em julgado, por exploração de trabalho infantil, por submissão de trabalhadores a condições análogas às de escravo ou por contratação de adolescentes nos casos vedados pela legislação trabalhista.
- 4.22.1. Equiparam-se aos autores do projeto as empresas integrantes do mesmo grupo econômico;
- 4.22.2. O disposto na alínea “c” aplica-se também ao fornecedor que atue em substituição a outra pessoa, física ou jurídica, com o intuito de burlar a efetividade da sanção a ela aplicada, inclusive a sua controladora, controlada ou coligada, desde que devidamente comprovado o ilícito ou a utilização fraudulenta da personalidade jurídica do fornecedor;
- 4.23. Organizações da Sociedade Civil de Interesse Público - OSCIP, atuando nessa condição (Acórdão nº 746/2014-TCU-Plenário); e
- 4.24. Sociedades cooperativas.
- 4.25. Não poderá participar, direta ou indiretamente, desta Concorrência ou da execução do contrato agente público pertencente aos quadros da Câmara Municipal de Cuiabá, devendo ser observadas as situações que possam configurar conflito de interesses no exercício ou após o exercício do cargo ou emprego, nos termos da legislação que disciplina a matéria, conforme [§ 1º do art. 9º da Lei n.º 14.133, de 2021](#).
- 4.26. Estejam cumprindo suspensão temporária de participação em licitação e impedimento de contratar com a Câmara Municipal de Cuiabá;
- 4.27. Tenham sido declaradas inidôneas para licitar ou contratar com a Administração Pública;
- 4.28. Encontrem-se sob falência ou concordata, concurso de credores, dissolução ou liquidação;



- 4.29. Apresentem-se constituídas na forma de empresas em consórcio;
- 4.30. É vedada a participação da agência de publicidade cujos sócios, controladores, dirigentes, administradores, gerentes ou empregados integrem a Subcomissão Técnica ou tenham qualquer vínculo profissional com a Câmara Municipal de Cuiabá.

5. DO CREDENCIAMENTO DOS REPRESENTANTES

- 5.1. No horário previsto no preâmbulo deste Edital, cada empresa licitante poderá CREDENCIAR APENAS 01 (UM) PREPOSTO para representá-la na reunião de licitação.
- 5.2. Nenhum preposto poderá representar mais de uma licitante.
- 5.3. Quando a representação for exercida na forma de seus atos de constituição, por sócio ou dirigente, o documento de credenciamento consistirá, respectivamente, em cópia do ato que estabelece a prova de representação da empresa, em que conste o nome do sócio e os poderes para representá-la, ou cópia da ata da assembleia de eleição do dirigente, em ambos os casos autenticada em cartório ou apresentada junto com o documento original para permitir que a Comissão Permanente de Licitação ateste sua autenticidade, em envelope a ser providenciado pela licitante.
- 5.4. Caso o preposto da licitante não seja seu representante estatutário ou legal, o credenciamento será feito por intermédio de procuração, mediante instrumento público ou particular, no mínimo com os poderes constantes do modelo que constitui o Anexo IV. Nesse caso, o preposto também entregará à Comissão Permanente de Licitação cópia do ato que estabelece a prova de representação da empresa, em que constem os nomes e respectivas assinaturas dos sócios ou dirigentes com poderes para a constituição de mandatários, em envelope a ser providenciado pela licitante.
- 5.5. Em ambos os casos descritos nos itens 5.3 e 5.4, os credenciados deverão identificar-se exibindo o documento de identidade de fé pública, fora dos envelopes.
- 5.6. A licitante que não estiver devidamente representada nos termos descritos acima não terá sua participação prejudicada no certame, entretanto não poderá se manifestar formalmente.
- 5.7. Havendo substituição do representante credenciado no decorrer da licitação, e caso haja interesse em designar outro credenciado, a licitante deverá apresentar novos documentos de representação, na forma estabelecida neste edital.
- 5.8. Caso a licitante não deseje se fazer representar na reunião de licitação, poderá encaminhar por meio de portador – na data, hora e local indicados no preâmbulo deste Edital – os invólucros com a documentação exigida para a sua participação no certame.
- 5.9. Não serão recebidos invólucros enviados por via postal.
- 5.10. No que tange aos critérios necessários para utilização do tratamento diferenciado e favorecido previsto para as MICROEMPRESAS e EMPRESAS DE PEQUENO PORTE, além da documentação já indicada neste edital, deverão apresentar, ainda, o Requerimento do Benefício de Tratamento Diferenciado, assinado por sócio ou representante legal do Licitante, solicitando valer-se do tratamento diferenciado e favorecido concedido pela Lei Complementar Federal n.º 123/2006, na forma do modelo constante no Anexo VII, deste Edital.

6. DA ENTREGA DA PROPOSTA TÉCNICA



- 6.1. A PROPOSTA TÉCNICA, composta de Plano de Comunicação Publicitária e de documentos relativos à Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, deverá ser entregue à Comissão Permanente de Licitação acondicionada nos Invólucros nº 1, nº 2 e nº 3.
- 6.2. No Invólucro nº 1 deverá estar acondicionado o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada.
- 6.2.1. Só será aceito o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada que estiver acondicionado no invólucro padronizado, fornecido pela Comissão Permanente de Licitação, a ser retirado, exclusivamente, pela agência que o solicitar formalmente na Coordenadoria de Gestão de Contratos e Convênios, na sede da CMC, na rua Barão de Melgaço, S/N, Centro, Cuiabá-MT, das 07:30 horas até 13:30 horas.
- 6.2.2. As Licitantes poderão solicitar o involucro n.º 01, entre os dias **22 e 30 de abril de 2024**, o que deverá ser realizado formalmente na Coordenadoria de Gestão de Contratos e Convênios, no mesmo endereço e horário informados no subitem anterior.
- 6.3. O Invólucro nº 1 deverá estar sem fechamento e sem rubrica, para preservar, até a abertura do Invólucro nº 2, o sigilo quanto à sua autoria.
- 6.4. O Invólucro nº 1 não poderá:
- a) ter nenhuma identificação;
 - b) apresentar informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação da licitante;
 - c) estar danificado ou deformado pelas peças, pelos materiais e demais documentos nele acondicionados, de modo a possibilitar a identificação da licitante.
- 6.5. No Invólucro nº 2 deverá estar acondicionado o Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada.
- 6.5.1. O Invólucro nº 2 deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

INVÓLUCRO Nº 2
PROPOSTA TÉCNICA
PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA - VIA
IDENTIFICADA
CÂMARA MUNICIPAL DE CUIABÁ
CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2024
EMPRESA: (indicar o nome empresarial do licitante)
CNPJ (indicar o CNPJ do licitante)

- 6.6. O Invólucro nº 2 deverá ser providenciado pela licitante e poderá ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável quanto às informações de que trata, até sua abertura.
- 6.7. No Invólucro nº 3 deverão estar acondicionados a Capacidade de Atendimento, o Repertório e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação.
- 6.7.1. O Invólucro nº 3 deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

INVÓLUCRO Nº 3
PROPOSTA TÉCNICA
CAPACIDADE DE ATENDIMENTO, REPERTÓRIO E
RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE
COMUNICAÇÃO
CÂMARA MUNICIPAL DE CUIABÁ
CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2024
EMPRESA: (indicar o nome empresarial do licitante)
CNPJ (indicar o CNPJ do licitante)



- 6.8. O Invólucro nº 3 deverá ser providenciado pela licitante e poderá ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável quanto às informações de que trata, até sua abertura.
- 6.9. O Invólucro nº 3 não poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, que possibilite a identificação da autoria deste, antes da abertura do Invólucro nº 2.

7. DA APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA

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

QUESITOS	SUBQUESITOS
I – Plano de Comunicação Publicitária	<input type="checkbox"/> Raciocínio Básico <input type="checkbox"/> Estratégias de Comunicação Publicitária <input type="checkbox"/> Ideia Criativa <input type="checkbox"/> Estratégia de Mídia e não mídia
II – Capacidade de atendimento III - Repertório IV – Relatos de solução de problemas de comunicação	

- 7.2. A Proposta Técnica será redigida em língua portuguesa, salvo quanto a expressões técnicas de uso corrente, com clareza, sem emendas ou rasuras.
- 7.3. Quesito 1 - Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada: para sua apresentação, a licitante deverá levar em conta as seguintes orientações:
- a) em caderno único, orientação retrato e com espiral preto colocado à esquerda;
 - b) capa e contracapa em papel A4, branco, com 90 gr/m², ambas em branco;
 - c) conteúdo impresso em papel A4, branco, com 75gr/m², orientação retrato;
 - d) espaçamentos de 3 cm na margem esquerda e 2 cm na direita, a partir das respectivas bordas;
 - e) títulos, entretítulos, parágrafos e linhas subsequentes sem recuos;
 - f) espaçamento simples entre as linhas e, opcionalmente, duplo após títulos e entretítulos e entre parágrafos;
 - g) alinhamento justificado do texto;
 - h) texto e numeração de páginas em fonte Arial, cor preta, tamanho de 12 pontos;
 - i) numeração de todas as páginas no centro inferior, pelo editor de textos, a partir da primeira página interna, em algarismos arábicos;
 - j) sem identificação da licitante.
- 7.4. Os subquesitos Raciocínio Básico e Estratégia de Comunicação Publicitária poderão ter gráficos, quadros, tabelas e/ou planilhas, observadas as seguintes orientações:
- a) poderão ser editados em cores;
 - b) os dados e informações deverão ser editados na fonte Arial e poderão ter tamanho entre 08 e 12 pontos;
 - c) as páginas em que estiverem inseridos poderão ser:
 - c1) apresentadas em papel A3 dobrado. Nesse caso, cada folha de papel A3 será computada como 2(duas) páginas de papel A4;
 - c2) impressas na orientação paisagem.



- 7.5. Os gráficos, quadros, tabelas ou planilhas integrantes do subquestito Estratégia de Mídia e Não Mídia poderão:
- I - ser editados em cores;
 - II - ter fontes e tamanhos de fonte habitualmente utilizados nesses documentos;
 - III - ter qualquer tipo de formatação de margem;
 - IV - ser apresentados em papel A3 dobrado.
- 7.5.1. As páginas em que estiverem inseridos os gráficos, tabelas e planilhas desse subquestito poderão ser impressas na orientação paisagem.
- 7.6. Os exemplos de peças integrantes do subquestito Ideia Criativa deverão ser apresentados separadamente do caderno. Esses exemplos deverão adequar-se às dimensões do Invólucro nº 1.
- 7.7. O Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada não poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação de sua autoria, antes da abertura do Invólucro nº 2.
- 7.8. Os textos do Raciocínio Básico, da Estratégia de Comunicação Publicitária e da relação e descrição das peças publicitárias estão limitados, no conjunto, a 10 (dez) páginas.
- 7.9. Os textos da Estratégia de Mídia e Não Mídia estão limitados a 25 páginas.
- 7.10. Para fins desta concorrência, consideram-se como não mídia os meios publicitários (off-line ou on-line) que não implicam a compra de espaço ou tempo em veículos de divulgação para a transmissão de mensagens a públicos determinados.
- 7.11. Poderão ser utilizadas páginas isoladas com a finalidade de indicar o Plano de Comunicação Publicitária e seus subquestitos. Essas páginas não serão computadas no limite de página previsto.
- 7.12. A licitante deverá apresentar o Plano de Comunicação Publicitária com base no Briefing (Anexo XIII deste Edital), observadas as seguintes orientações:
- 7.13. **Subquestito 1 - Raciocínio Básico** - apresentação em que a licitante descreverá:
- a) análise das características e especificidades da contratante e do seu papel no contexto no qual se insere;
 - b) diagnóstico relativo às necessidades de comunicação publicitária identificadas;
 - c) compreensão do desafio e dos objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing.
- 7.14. **Subquestito 2 - Estratégia de Comunicação Publicitária** - apresentação e defesa da Estratégia proposta pela licitante para superar o desafio e alcançar os objetivos de comunicação, com base no Briefing, compreendendo:
- a) explicitação e defesa do partido temático e do conceito que fundamentam a proposta de solução publicitária;
 - b) proposição e defesa dos pontos centrais da Estratégia de Comunicação Publicitária, especialmente: o que dizer; a quem dizer; como dizer; quando dizer e que meios, instrumentos ou ferramentas de divulgação utilizar.
- 7.15. **Subquestito 3 - Ideia Criativa** - apresentação da proposta de campanha publicitária, contemplando os seguintes conteúdos:
- a) relação de todas as peças publicitárias que a licitante julga necessárias para superar o desafio e alcançar os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing, com a descrição de cada uma;



- b) exemplos das peças, constantes da relação prevista na alínea anterior, que a licitante julga mais adequadas para corporificar e ilustrar objetivamente sua proposta de campanha publicitária.
- 7.16. A relação e descrição de todas as peças publicitárias que a licitante julga necessárias para superar o desafio e alcançar os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing está circunscrita à especificação de cada peça publicitária, à explicitação de sua finalidade e suas funções táticas na campanha proposta.
- 7.17. Se a campanha proposta pela licitante previr número de peças publicitárias superior ao limite estabelecido, que podem ser apresentadas fisicamente como exemplos, a relação e descrição de peças mencionada anteriormente deverá ser elaborada em dois blocos: um para as peças apresentadas como exemplos e outro para as demais.
- 7.18. Os exemplos de peças publicitárias de que trata a alínea 'b' do subquesto 3 estão limitados a 10 (dez), independentemente do meio de divulgação, do seu tipo ou de sua característica, e poderão ser apresentados sob a forma de:
- a) roteiro, layout ou storyboard impressos, para qualquer meio;
 - b) 'monstro' ou layout eletrônico, para o meio rádio;
 - c) storyboard animado ou animatic, para os meios TV, cinema e internet;
 - d) 'boneco' ou layout montado dos materiais de não mídia.
- 7.19. As peças gráficas poderão ser impressas em tamanho real ou reduzido, desde que não haja prejuízo em sua leitura, sem limitação de cores, com ou sem suporte ou passe-partout. Peças que não se ajustem às dimensões do Invólucro nº 1 poderão ser dobradas.
- 7.20. Na elaboração de 'monstro' ou layout eletrônico para o meio rádio poderão ser inseridos todos os elementos de referência, tais como trilha sonora, ruídos de ambientação, voz de personagens e locução.
- 7.21. Na elaboração do storyboard animado ou animatic poderão ser inseridas fotos e imagens estáticas, além de trilha sonora, voz de personagens e locução. Não podendo ser inseridas imagens em movimento.
- 7.22. O 'monstro' ou layout eletrônico e o storyboard animado ou animatic deverão ser apresentados em um único CD, DVD ou pen drive, executáveis em sistema operacional Windows.
- 7.23. Nessas mídias de apresentação (CD, DVD ou pen drive) não poderão constar informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação da licitante, ou de qualquer anunciante, somente a marca do seu fabricante.
- 7.24. Os exemplos não serão avaliados sob os critérios utilizados para peças finalizadas, mas apenas como referências das propostas a serem produzidas, independente da forma escolhida pela licitante para a apresentação.
- 7.25. Para facilitar seu cotejo, cada exemplo deverá trazer indicação do tipo de peça (exemplos: cartaz, filme TV, spot rádio, anúncio revista, banner internet), de acordo com as seguintes orientações:
- a) texto em fonte Arial, cor preta, tamanho de 12 pontos;
 - b) nos casos de "monstro" ou layout eletrônico e de storyboard animado ou animatic, que deverão ser apresentados em um único CD, DVD ou pen drive, a indicação do tipo de peça deve ocorrer nos nomes dos arquivos salvos, uma vez que essa mídia deve ser apresentada na condição original, somente com a marca do fabricante, conforme descrito anteriormente.



- 7.26. Para fins de cômputo das peças que poderão ser apresentadas fisicamente como exemplos, até o limite de 10 (dez), devem ser observadas as seguintes regras:
- a) as reduções e variações de formato serão consideradas como novas peças;
 - b) cada peça apresentada como parte de um kit será computada no referido limite;
 - c) uma peça sequencial, para qualquer meio (a exemplo de anúncio para revista e jornal, banner de internet e painéis sequenciais de mídia exterior, tais como outdoor, envelopamento de veículo, adesivagem de finger, entre outros), será considerada 01 (uma) peça, se o conjunto transmitir mensagem única;
 - d) um hot site e todas as suas páginas serão considerados 01 (uma) peça;
 - e) um filme e o hot site que o hospeda serão considerados 02 (duas) peças;
 - f) um banner e o hot site por ele direcionado serão considerados 02 (duas) peças.
- 7.27. Na apresentação de proposta de hot site, não podem ser inseridos vídeos ou imagens em movimento.
- 7.28. **Subquesto 4 - Estratégia de Mídia e Não Mídia** - constituída de apresentação e defesa das soluções de mídia e não mídia recomendadas, em consonância com a Estratégia de Comunicação Publicitária proposta, contemplando:
- I. estratégia de mídia: proposição e defesa dos meios e dos recursos próprios de comunicação da contratante a serem utilizados para o alcance dos objetivos da campanha, sob a forma de textos, tabelas, gráficos ou planilhas;
 - II. tática de mídia: detalhamento da estratégia de mídia, por meio da apresentação e defesa dos critérios técnicos considerados na seleção dos veículos de divulgação e na definição dos respectivos investimentos, dos formatos e períodos de veiculação, sob a forma de textos, tabelas, gráficos ou planilhas;
 - III. plano de mídia: composto por planilhas de programação das inserções sugeridas, contendo os valores por veículos de divulgação, formatos das peças, períodos de veiculação, quantidade de inserções, nomes de programas, faixas horárias, custos relativos (CPM, CPP, CPC etc.) e demais informações que a licitante considerar relevantes;
 - IV. simulação dos parâmetros de cobertura e frequência previstos no plano de mídia (para os meios em que seja possível a mensuração dessas variáveis), sob a forma de textos, tabelas, gráficos ou planilhas.
- 7.28.1. Todas as peças publicitárias que integrarem a relação deverão estar contempladas na Estratégia de Mídia e Não Mídia proposta.
- 7.29. O plano de mídia proposto deverá apresentar um resumo geral com informações sobre, pelo menos:
- a) o período de veiculação, exposição ou distribuição das peças publicitárias;
 - b) as quantidades de inserções das peças em veículos de divulgação;
 - c) os valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em veículos de divulgação, separadamente por meios;
 - d) os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção e na execução técnica de cada peça publicitária destinada a veículos de divulgação;
 - e) as quantidades a serem produzidas de cada peça publicitária de não mídia;
 - f) os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção de cada peça publicitária de não mídia;
 - g) os valores (absolutos e percentuais) alocados na distribuição de cada peça publicitária de não mídia.



h) os valores (absolutos e percentuais) alocados no desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias.

7.29.1. Nessa simulação:

- a) os preços das inserções em veículos de comunicação deverão ser os de tabela cheia, vigentes na data de publicação do último Aviso de Licitação;
- b) deverá ser desconsiderado o repasse de parte do desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do Artigo 11, da Lei nº 4.680/1965;
- c) deverão ser desconsiderados os custos internos e os honorários sobre todos os serviços de fornecedores e veículos.
- d) para veículos de comunicação e divulgação que não atuem com tabelas de preços públicas, mas que possam ser considerados como formas inovadoras de comunicação (tais como mídia programática, trading desks e redes sociais) a licitante deverá informar o montante de investimento proposto a ser utilizado com essas ferramentas no âmbito de sua estratégia, assim como para o alcance dos objetivos previamente estabelecidos, definindo em sua proposta quais métricas serão utilizadas para atingi-los (ex: cpm, true views, taxa de impressão, geração de leads, custo por alcance, cpc, cpe, custo por visualização de vídeo, custo por curtida, entre outros).

Para fins desta licitação, a publicidade em plataformas digitais, a exemplo da programação de publicidade nas redes sociais Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn e Youtube, está inserida no conceito de forma inovadora de comunicação.

7.30. **Quesito 1 - O Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada** deverá constituir-se em cópia do Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada, sem os exemplos de peças publicitárias da Ideia Criativa, com a finalidade de proporcionar a correlação segura de autoria, observadas as seguintes características:

I - ter a identificação da licitante;

II - ser datado;

III - estar assinado na última página e rubricado nas demais, por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

7.31. **Quesito 2 - Capacidade de Atendimento:** a licitante deverá apresentar as informações que constituem o quesito em caderno específico, orientação retrato, com ou sem uso de cores, em formato A4, ou A3 dobrado, numerado sequencialmente a partir da primeira página interna, rubricado em todas as páginas e assinado na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

7.32. O caderno específico mencionado não poderá apresentar informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, que possibilite a identificação da autoria deste, antes da abertura do Invólucro nº 2.

7.33. A Capacidade de Atendimento será constituída de textos, tabelas, quadros, gráficos, planilhas, diagramas, fotos e outros recursos, por meios dos quais a licitante deverá apresentar:

- a) relação nominal dos seus principais clientes à época da licitação, com a especificação do início de atendimento de cada um deles;
- b) quantificação e qualificação, sob a forma de currículo resumido (no mínimo, nome, formação acadêmica e experiência), dos profissionais que poderão ser



colocados à disposição da execução do contrato, discriminando-se as respectivas áreas de atuação;

c) infraestrutura e instalações da licitante que estarão à disposição da contratante para a execução do contrato;

d) sistemática operacional de atendimento na execução do contrato;

e) relação das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que colocará regularmente à disposição da contratante, sem ônus adicionais, na vigência do contrato.

- 7.34. **Quesito 3 - Repertório:** a licitante deverá apresentar os documentos, as informações e as peças que constituem o quesito em caderno específico, orientação retrato, com ou sem uso de cores, em formato A4, ou A3 dobrado, numerado sequencialmente a partir da primeira página interna, rubricado em todas as páginas e assinado na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.
- 7.35. Os documentos, as informações e as peças mencionadas no subitem precedente não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, que possibilite a identificação da autoria deste, antes da abertura do Invólucro nº 2.
- 7.36. O Repertório será constituído de peças publicitárias concebidas e veiculadas, expostas ou distribuídas pela licitante.
- 7.37. A licitante deverá apresentar 10 (dez) peças publicitárias, independentemente do seu tipo ou característica e da forma de sua veiculação, exposição ou distribuição.
- 7.38. As peças publicitárias devem ter sido veiculadas, expostas ou distribuídas a partir de 1º de janeiro de 2017.
- 7.39. As peças eletrônicas deverão ser fornecidas em um único DVD, CD ou pen drive, executável no sistema operacional Windows, podendo integrar o caderno específico ou ser apresentado solto.
- 7.40. As peças gráficas poderão integrar o caderno específico ou ser apresentadas soltas. Em todos os casos, deverá ser preservada a capacidade de leitura das peças e indicadas suas dimensões originais.
- 7.40.1. Se apresentadas soltas, as peças poderão ter qualquer formato, dobradas ou não.
- 7.41. Para cada peça publicitária deverá ser apresentada ficha técnica com a indicação sucinta do problema que se propôs a resolver e a identificação da licitante e de seu cliente, título, data de produção, período de veiculação, exposição ou distribuição e, no caso de veiculação, menção de pelo menos um veículo que divulgou a peça.
- 7.42. As peças publicitárias não podem se referir a trabalhos solicitados ou aprovados pela contratante, no âmbito de seus contratos com agência de propaganda.
- 7.43. **Quesito 4 - Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação:** a licitante deverá apresentar os documentos, as informações e as peças que constituem o quesito em caderno específico, orientação retrato, com ou sem uso de cores, em formato A4, numerado sequencialmente a partir da primeira página interna, rubricado em todas as páginas e assinado na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.



- 7.44. Os documentos, as informações e as peças mencionadas no subitem precedente não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, que possibilite a identificação da autoria deste, antes da abertura do Invólucro nº 2.
- 7.45. A licitante deverá apresentar 02 (dois) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, cada um com o máximo de 02 (duas) páginas, em que serão descritas soluções publicitárias propostas pela licitante e implementadas por seus clientes, na superação de desafios de comunicação. Cada Relato:
- I – deverá ser elaborado pela licitante, em papel que a identifique;
 - II – deverá contemplar nome, cargo ou função e assinatura de funcionário da licitante responsável por sua elaboração;
 - III - não pode referir-se a ações publicitárias solicitadas ou aprovadas pela contratante, no âmbito de seus contratos com agência de propaganda;
 - IV – deverá estar formalmente validado pelo respectivo cliente, de forma a atestar sua autenticidade.
- 7.46. A validação deverá ser feita em documento apartado dos relatos, o qual não entrará no cômputo do número de página. No documento de validação constará, além do ateste dos relatos, o número do contrato, o nome empresarial do cliente, o nome do signatário, seu cargo/função e sua assinatura.
- 7.47. Os Relatos devem ter sido implementados a partir de 1º de janeiro de 2017.
- 7.48. É permitida a inclusão de até 03 (três) peças publicitárias, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça, em cada Relato, observando-se as seguintes regras:
- I - - As peças eletrônicas deverão ser fornecidas em um único DVD, CD ou pen drive, executável no sistema operacional Windows, podendo integrar o caderno específico ou ser apresentado solto.
 - II - as peças gráficas poderão integrar o caderno específico, em papel A4 ou A3 dobrado, ou ser apresentadas soltas, em qualquer formato, dobradas ou não. Em todos os casos, deverá ser preservada a capacidade de leitura das peças e indicadas suas dimensões originais;
 - III - para cada peça publicitária, deverá ser apresentada ficha técnica com a indicação sucinta do problema que se propôs a resolver.
- 7.49. A ficha técnica de cada peça deverá compor o limite de páginas estabelecido para descrição do Relato.

8. DO JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

- 8.1. . O critério de julgamento para a classificação das licitantes será o de "Técnica e Preço", nos termos do Artigo 5º, da Lei Federal nº 12.232/2010 e dos Artigos 33, 34 e 35 da Lei Federal nº 14.133/2021, estabelecido o peso 70% para a Proposta Técnica e o peso 30% para a Proposta de Preços.
- 8.2. A Subcomissão Técnica, designada por meio de Portaria publicada na Gazeta Municipal de Cuiabá, analisará as Propostas Técnicas das licitantes quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Edital e no Termo de Referência.
- 8.3. Serão levados em conta pela Subcomissão Técnica, como critério de julgamento técnico, os seguintes atributos da Proposta Técnica, em cada quesito ou subquesito:

8.3.1. Quesito 1 - Plano de Comunicação Publicitária:



8.3.1.1. Subquesto 1 - Raciocínio Básico

- a) a acuidade demonstrada na análise das características e especificidades da contratante e do contexto de sua atuação;
- b) a pertinência dos aspectos relevantes e significativos apresentados, relativos às necessidades de comunicação publicitária identificadas;
- c) a assertividade demonstrada na análise do desafio de comunicação a ser superado pela contratante e no entendimento dos objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing.

8.3.1.2. Subquesto 2 - Estratégia de Comunicação Publicitária

- a) a adequação do partido temático e do conceito à natureza e às atividades do contratante, bem como ao desafio e aos objetivos de comunicação;
- b) a consistência da argumentação em defesa do partido temático e do conceito;
- c) as possibilidades de interpretações positivas do conceito para a comunicação publicitária do contratante com seus públicos;
- d) a consistência técnica dos pontos centrais da Estratégia de Comunicação Publicitária proposta;
- e) a capacidade da licitante de articular os conhecimentos sobre o contratante, o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing;
- f) a exequibilidade da Estratégia de Comunicação Publicitária, considerada a verba referencial.

8.3.1.3. Subquesto 3 - Ideia Criativa

- a) o alinhamento da campanha com a Estratégia de Comunicação Publicitária;
- b) a pertinência da solução criativa com a natureza do contratante, com o desafio e com os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing;
- c) a adequação das peças publicitárias ao perfil dos segmentos de público-alvo;
- d) a compatibilidade das peças publicitárias com os meios e veículos de divulgação a que se destinam;
- e) a originalidade da solução criativa e a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;
- f) a clareza e precisão das mensagens e a adequação da linguagem com os públicos-alvo;
- g) a exequibilidade das peças e de todos os elementos propostos, com base na verba referencial para investimento.

8.3.1.4. Subquesto 4 - Estratégia de Mídia e Não Mídia

- a) a adequação da Estratégia de Mídia e Não Mídia com as características da ação publicitária, com a verba referencial para investimento e com o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing;
- b) a consistência técnica demonstrada na proposição e defesa da estratégia, da tática e do plano de mídia;
- c) a consistência do conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de públicos-alvo da campanha publicitária;



- d) a adequação da proposta no uso dos recursos próprios de comunicação do contratante e seu alinhamento com a Estratégia de Mídia e Não Mídia;
- e) o grau de eficiência e a economicidade na utilização da verba referencial para investimento, demonstrados na simulação dos parâmetros de cobertura e frequência.

8.3.2. Quesito 2 - Capacidade de Atendimento

- a) o porte e a tradição dos clientes, como anunciantes publicitários, e o período de atendimento a cada um;
- b) a experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias e a adequação das quantificações e qualificações desses profissionais às necessidades de comunicação publicitária da contratante;
- c) a adequação da infraestrutura e das instalações que estarão à disposição da contratante na execução do contrato;
- d) a funcionalidade do relacionamento operacional entre a contratante e a licitante;
- e) a relevância e 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 contratante.

8.3.3. Quesito 3 – Repertório

- a) a originalidade da solução criativa e sua adequação à natureza do cliente, ao público-alvo e ao desafio de comunicação;
- b) a clareza e precisão das mensagens e a adequação da linguagem às características dos meios e públicos-alvo;
- c) a qualidade da produção, da execução e do acabamento das peças.

8.3.4. Quesito 4 - Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

- a) a evidência de planejamento estratégico por parte da licitante na proposição da solução publicitária;
- b) a demonstração de que a solução publicitária contribuiu para o alcance dos objetivos de comunicação do cliente;
- c) a complexidade do desafio de comunicação apresentado no Relato e a relevância dos resultados obtidos;
- d) o encadeamento lógico da exposição do Relato pela licitante

8.4. A pontuação da Proposta Técnica está limitada a 100 (cem) e será apurada segundo a metodologia a seguir.

8.5. Para estabelecimento da pontuação de cada quesito e subquesito, cada membro da Subcomissão Técnica realizará um exame comparativo entre as propostas apresentadas pelas licitantes, e a gradação das pontuações atribuídas refletirá o maior ou menor grau de adequação de cada proposta e aos critérios de julgamento técnico estabelecidos neste Edital.

8.6. Aos quesitos ou subquesitos serão atribuídos, no máximo, os seguintes pontos:

QUESITOS		PONTUAÇÃO MÁXIMA
1. Plano de comunicação publicitária		55
SUB QUE SITO S	I - Raciocínio Básico	5



ESTADO DE MATO GROSSO
CÂMARA MUNICIPAL DE CUIABÁ

CONCORRÊNCIA
PÚBLICA
N.º 001/2024

II - Estratégia de Comunicação Publicitária	20
III - Ideia Criativa	20
IV - Estratégia de Mídia e Não Mídia	10
2. Capacidade de Atendimento	25
3. Repertório	10
4. Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	10
PONTUAÇÃO TOTAL	100

- 8.7. Se a licitante não observar as quantidades estabelecidas para apresentação do Repertório e dos Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, sua pontuação máxima, nesses quesitos, será proporcional às quantidades por ela apresentadas, sendo a proporcionalidade obtida mediante a aplicação de regra de três simples, em relação às respectivas pontuações máximas previstas.
- 8.8. A pontuação de cada quesito corresponderá à média aritmética dos pontos atribuídos por cada membro da Subcomissão Técnica, considerando-se 02 (DUAS) casas decimais.
- 8.9. A Subcomissão Técnica reavaliará a pontuação atribuída a um quesito ou subquesito sempre que a diferença entre a maior e a menor pontuação for superior a 20% (vinte por cento) da pontuação máxima do quesito ou do subquesito, com o fim de restabelecer o equilíbrio das pontuações atribuídas, em conformidade com os critérios objetivos previstos neste Edital e no Termo de Referência.
- 8.10. Persistindo a diferença de pontuação prevista após a reavaliação do quesito ou subquesito, os membros da Subcomissão Técnica, autores das pontuações consideradas destoantes, deverão registrar em ata as razões que os levaram a manter a pontuação atribuída ao quesito ou subquesito reavaliado, que será assinada por todos os membros da Subcomissão e passará a compor o processo desta licitação.
- 8.11. Será desclassificada a Proposta Técnica que incorrer em qualquer uma das seguintes situações:
- a) apresentar qualquer informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação da autoria do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, antes da abertura do Invólucro nº 2;
 - b) **não alcançar**, no total, **80 (oitenta) pontos**;
 - c) obtiver pontuação zero em qualquer um dos quesitos ou subquesitos.
- 8.12. Poderá ser desclassificada a Proposta Técnica que não atender às demais exigências do Edital, a depender da gravidade da ocorrência.
- 8.13. A Pontuação Técnica de cada Licitante corresponderá à soma dos pontos dos 04 (quatro) quesitos: Plano de Comunicação Publicitária, Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação.
- 8.14. A Pontuação Técnica da Licitante será considerada na identificação do seu Índice Técnico, no julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços (na composição da Nota Final Geral).

9. DA ENTREGA DA PROPOSTA DE PREÇOS

- 9.1. No Invólucro nº 4 deverá estar acondicionada a Proposta de Preços das licitantes;



INVÓLUCRO Nº 4
PROPOSTA DE PREÇO
CÂMARA MUNICIPAL DE CUIABÁ
CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2024
EMPRESA: (indicar o nome empresarial do licitante)
CNPJ (indicar o CNPJ do licitante)

- 9.2. O Invólucro nº 4 deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:
- 9.3. O Invólucro nº 4 deverá ser providenciado pela licitante e poderá ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável quanto às informações de que trata, até sua abertura.

10. DA APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇO

- 10.1. A Proposta de Preços da licitante deverá ser elaborada de acordo com o Modelo de Proposta de Preços que constitui o **Anexo IX** deste Edital e apresentada em caderno único, em papel que a identifique, com suas páginas numeradas sequencialmente, sem emendas ou rasuras, datada, assinada na última página e rubricada nas demais, por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.
- 10.2. O prazo de validade da Proposta de Preços deverá ser de, no mínimo, 120 (cento e vinte) dias corridos, contados de sua apresentação.
- 10.3. Caso o prazo de validade da proposta preços previsto no item 10.2 venha a expirar até a data de realização da sessão de abertura dos invólucros com as Propostas de Preços, a Comissão Especial de Licitação poderá realizar diligências necessárias à resolução da mencionada falta, nos termos do § 2º, do art. 59, da Lei Federal nº 14.133/2021, como forma de prorrogar validade da proposta vencida.
- 10.4. A licitante que não aceitar prorrogar o prazo de validade expirado na abertura dos invólucros, com as Proposta de Preços, ou antes do encerramento do certame, será desclassificada.

11. DO JULGAMENTO DAS PROPOSTAS DE PREÇOS

- 11.1. O critério de julgamento para a classificação das licitantes será o de "Técnica e Preço", nos termos do Artigo 5º, da Lei Federal nº 12.232/2010, e dos Artigos 33, 34 e 35, da Lei Federal nº 14.133/2021, estabelecido o peso 70% para a Proposta Técnica e o peso 30% para a Proposta de Preços.
- 11.2. As Propostas de Preços das licitantes classificadas no julgamento das Propostas Técnicas serão analisadas quanto ao atendimento das condições estabelecidas no Edital.
- 11.3. Será desclassificada a Proposta de Preços que apresentar preços baseados em outra Proposta ou que contiver qualquer condicionante para a entrega dos bens e serviços.
- 11.4. Se houver divergência entre o percentual expresso em algarismos e o expresso por extenso, a Comissão Especial de Licitação considerará o preço por extenso.
- 11.5. O desconto sobre a tabela de custos internos, desenvolvida pelo Sindicato das Agências de Publicidade do Estado de Mato Grosso (SINAPRO-MT), é item de pontuação, conforme consta a seguir:

50% de desconto – 50 pontos;
de 35% a 49% – 40 pontos;
de 30% a 34% – 30 pontos;
de 25% a 29% – 20 pontos;
abaixo de 25% – 10 pontos.



- 11.6. Os honorários sobre o preço faturado pelos fornecedores de produção também é item de pontuação:

até 5% sobre o valor faturado pelo fornecedor – 50 pontos;
de 6% a 7% sobre o valor faturado pelo fornecedor – 40 pontos;
de 8% a 10% sobre o valor faturado pelo fornecedor – 30 pontos;
de 11% a 13% sobre o valor faturado pelo fornecedor – 20 pontos;
entre 14% e 15% sobre o valor faturado pelo fornecedor – 10 pontos

- 11.7. Serão consideradas como melhores propostas comerciais aquelas que atingirem as maiores pontuações por meio da fórmula abaixo:

NPP = D1 + D2
NPP – Nota da Proposta de Preços
D1– Pontuação do desconto sobre a Tabela de Custos Internos (SINAPRO-MT)
D2 – Pontuação do desconto sobre o honorário de produção.

12. DO JULGAMENTO FINAL DAS PROPOSTAS TÉCNICAS E DE PREÇOS

- 12.1. A pontuação final será obtida por meio de média aritmética ponderada, observando os pesos definidos para as duas notas finais (Nota da Proposta Técnica e Nota da Proposta de Preços), conforme a fórmula abaixo:

$NFG = \frac{(NPT \times 7) + (NPP \times 3)}{7+3}$
NFG – Nota Final Geral
NPT – Nota da Proposta Técnica
7 – peso 70 estabelecido à nota da Proposta Técnica
NPP – Nota da Proposta de Preços
3 – peso 30 estabelecido à nota da Proposta de Preços

- 12.2. Havendo empate, o desempate se dará por meio da atribuição da maior nota aos quesitos da Proposta Técnica, na seguinte ordem:
- 1) Estratégia de Comunicação Publicitária;
 - 2) Ideia Criativa;
 - 3) Raciocínio Básico;
 - 4) Estratégia de Mídia e Não Mídia.
- 12.3. Após a utilização do critério de desempate, persistindo o empate, a decisão será feita mediante sorteio.
- 12.4. Não se considerará qualquer outra oferta e vantagem não prevista no Edital, nem percentual de desconto ou vantagem, baseados em ofertas de outras licitantes.
- 12.5. Não se admitirá proposta que apresente preços simbólicos, irrisórios ou de valor zero, incompatíveis com os preços de mercado.
- 12.6. Serão vencedoras desta concorrência as 3 (três) licitantes que mantiverem as condições de participação estabelecidas anteriormente e que:
- a) tenham obtido a maior Nota Final Geral (NFG);



b) e tenham sido habilitadas.

13. DA ENTREGA DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

- 13.1. Os Documentos de Habilitação deverão ser entregues à Comissão Permanente de Licitação pelas licitantes classificadas no julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços, no dia, hora e local previstos na convocação da sessão a ser realizada para esse fim.
- 13.2. A licitante classificada que não apresentar os Documentos de Habilitação na referida sessão será excluída do certame, exceto diante da ocorrência de nenhuma licitante ser habilitada, o que requer a convocação novamente de todas as classificadas.
- 13.3. Os Documentos de Habilitação deverão ser entregues acondicionados no Invólucro nº 5, que deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

INVÓLUCRO Nº 5
DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO
CÂMARA MUNICIPAL DE CUIABÁ
CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2024
EMPRESA: (indicar o nome empresarial do licitante)
CNPJ (indicar o CNPJ do licitante)

- 13.4. O Invólucro nº 5 deverá ser providenciado pela licitante e poderá ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até sua abertura.

14. DA APRESENTAÇÃO DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

- 14.1. Os documentos de Habilitação deverão ter todas as suas páginas rubricadas por representante legal da licitante e ser apresentados:
- I - em via original; ou
 - II - sob a forma de publicação em órgão da imprensa oficial; ou
 - III - em cópia autenticada por cartório competente, quando a lei assim o exigir ou por certidões expedidas por sistemas mantidos pela Administração Pública; ou
 - IV - em cópia não autenticada, desde que seja exibida a via original, para conferência pela Comissão Permanente de Licitação, no ato de entrega dos Documentos de Habilitação.
- 14.2. Os Documentos de Habilitação deverão ser acondicionados em caderno específico, com suas páginas numeradas sequencialmente, na ordem em que figuram no Edital.
- 14.2.1. Só serão aceitas cópias legíveis, que ofereçam condições de análise por parte da Comissão Permanente de Licitação.
- 14.3. Como condição prévia ao exame da documentação de habilitação da Licitante detentora da proposta classificada em primeiro lugar, o (a) Presidente da Comissão verificará o eventual descumprimento das condições de participação, especialmente quanto à existência de sanção que impeça a participação no certame ou a futura contratação, mediante a consulta aos seguintes cadastros:
- 14.3.1. Cadastro Nacional de Empresas Inidôneas e Suspensas – CEIS, mantido pela Controladoria-Geral da União (www.portaldatransparencia.gov.br/ceis) e pela Controladoria Geral do Estado de Mato Grosso (<http://www.controladoria.mt.gov.br/ceis>).



- 14.3.2. Cadastro Nacional de Condenações Cíveis por Atos de Improbidade Administrativa, mantido pelo Conselho Nacional de Justiça (www.cnj.jus.br/improbidade_adm/consultar_requerido.php).
- 14.3.3. Lista de Inidôneos, mantida pelo Tribunal de Contas da União – TCU;
- 14.3.4. Lista de Inidôneos, mantida pelo Tribunal de Contas do Estado de Mato Grosso – TCE/MT;
- 14.3.5. A consulta aos cadastros será realizada em nome da empresa Licitante e de seu sócio majoritário, por força do artigo 12, da Lei Federal nº 8.429/92, que prevê, dentre as sanções impostas ao responsável pela prática de ato de improbidade administrativa, a proibição de contratar com o Poder Público, inclusive por intermédio de pessoa jurídica da qual seja sócio majoritário.
- 14.3.6. Constatada a existência de sanção, a Comissão Permanente de Licitação - CPL reputará inabilitada a Licitante, por falta de condição de participação.
- 14.4. Para se habilitar, a licitante deverá apresentar a documentação, na forma prevista a seguir:
- 14.5. Habilitação Jurídica
- a) ato constitutivo, estatuto ou contrato social em vigor, devidamente registrado, em se tratando de sociedades empresariais e, no caso de sociedade por ações, acompanhado de documentos de eleição de seus administradores;
- a1) os documentos mencionados na alínea 'a' deverão estar acompanhados de suas alterações ou da respectiva consolidação, devendo constar, entre os objetivos sociais, a execução de atividades da mesma natureza ou compatível com o objeto desta concorrência;
- b) inscrição do ato constitutivo em cartório de Registro Civil de Pessoas Jurídicas, no caso de sociedades simples, acompanhada de prova da diretoria em exercício;
- c) ato de autorização, quando se tratar de empresa ou sociedade estrangeira em funcionamento no País, e ato de registro ou autorização para funcionamento, expedido pelo órgão competente, quando a atividade assim o exigir;
- d) registro comercial, em caso de empresa individual.
- 14.6. Regularidade Fiscal e Trabalhista
- a) prova de inscrição no Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica - CNPJ/MF;
- b) prova de inscrição no cadastro de contribuintes estadual ou municipal, se exigível, relativa ao domicílio ou sede da licitante, pertinente ao seu ramo de atividade e compatível com o objeto desta concorrência;
- c) Certidão Conjunta Negativa de Débitos Relativos a Tributos Federais e à Dívida Ativa da União, expedida por órgãos da Secretaria da Receita Federal do Brasil e da Procuradoria Geral da Fazenda Nacional com jurisdição sobre o local da sede da licitante;
- d) Certidões Negativas de Débitos ou de não contribuinte expedidas por órgãos das Secretarias de Fazenda do Estado e do Município em que estiver localizada a sede da licitante;
- e) Certificado de Regularidade de Situação do Fundo de Garantia do Tempo de Serviço - FGTS, em vigor na data de apresentação dos Documentos de Habilitação;
- f) Certidão Negativa de Débito Trabalhista (CNDT) que comprove a inexistência de débitos inadimplidos perante a Justiça do Trabalho.



- g) Relatório/Extrato do Cadastro de Empresas Inidôneas e Suspensas – CEIS, do Portal Transparência da Controladoria Geral da União e Controladoria Geral do Estado;
- h) Consulta Consolidada de Pessoa Jurídica do Tribunal de Contas da União;
- i) Consulta Consolidada de Pessoa Jurídica do Tribunal de Contas do Estado de Mato Grosso;
- 14.7. Será considerada em situação regular a licitante cujo débito com as fazendas públicas ou com a seguridade social esteja com a exigibilidade suspensa.
- 14.8. Serão aceitas certidões positivas com efeito de negativa.
- 14.9. Será considerada como válida pelo prazo de 90 (noventa) dias, contados a partir da data da respectiva emissão, a certidão que não apresentar prazo de validade, exceto se anexada legislação específica indicativa de prazo distinto.
- 14.10. Qualificação Técnica:
- a) declaração(ões), expedida(s) por pessoa(s) jurídica(s) de direito público ou privado, que ateste(m) que a licitante prestou à(s) declarante(s) serviços compatíveis com os do objeto desta concorrência;
- b) certificado de qualificação técnica de funcionamento, emitido pelo Conselho Executivo das Normas Padrão (CENP) ou por entidade equivalente legalmente reconhecida como fiscalizadora e certificadora das condições técnicas de agências de propaganda, conforme disposto no § 1º do art. 4º da Lei nº12.232/2010;
- b1) o certificado de qualificação técnica de funcionamento emitido para a matriz da agência valerá para a filial;
- b2) o documento obtido no site do CENP ou da entidade equivalente terá sua validade verificada pela Comissão Permanente de Licitação.
- 14.11. Qualificação Econômico-financeira
- a) Certidão Negativa de falência e de recuperação judicial ou extrajudicial expedida pelo distribuidor da sede fiscal da licitante, dentro do prazo de validade;
- a1) caso não conste prazo de validade, será aceita a certidão emitida em até 90 (noventa) dias corridos, antes da data de apresentação dos Documentos de Habilitação;
- a2) no caso de praças com mais de um cartório distribuidor, deverão ser apresentadas as certidões de cada distribuidor;
- b) balanço patrimonial e demonstrações contábeis do último exercício social, já exigíveis e apresentados na forma da lei, que comprove a boa situação financeira da licitante, vedada a sua substituição por balancetes ou balanços provisórios, que comprove a boa situação financeira da empresa, podendo ser atualizados por índices oficiais quando encerrados há mais de 03 (três) meses da data de apresentação dos Documentos de Habilitação;
- b1) o balanço patrimonial e as demonstrações contábeis deverão estar assinados pelo responsável legal da licitante e pelo responsável por sua elaboração, Contador ou outro profissional equivalente, devidamente registrado no respectivo conselho de classe profissional;
- b2) se necessária a atualização do balanço, com suas demonstrações contábeis, e do patrimônio líquido, deverá ser apresentado o memorial de cálculo correspondente, assinado pelo responsável legal da licitante e pelo responsável por sua elaboração, Contador ou outro profissional equivalente, devidamente registrado no respectivo conselho de classe profissional;



b3) o balanço patrimonial deverá estar registrado ou na Junta Comercial ou no Registro Civil das Pessoas Jurídicas, conforme o tipo de empresa da licitante e apresentado de acordo com os incisos de I a III, ou autenticado por meio do Sistema Público de Escrituração Digital – SPED, para as empresas que utilizem o sistema eletrônico de escrituração e que tenham seus documentos registrados na Junta Comercial, apresentados conforme inciso IV:

I. sociedades empresariais em geral: registrado ou autenticado no órgão de Registro do Comércio da sede ou do domicílio da licitante, acompanhado de cópia do termo de abertura e de encerramento do Livro Diário do qual foi extraído, conforme disposto no § 2º do art. 5º do Decreto-lei nº 486/1969;

II. sociedades empresárias, especificamente no caso de sociedades anônimas regidas pela Lei nº 6.404/1976: registrado ou autenticado no órgão de Registro do Comércio da sede ou domicílio da licitante e publicado em Diário Oficial e em jornal de grande circulação ou cópia registrada ou autenticada no órgão competente de Registro do Comércio da sede ou domicílio da licitante

III. sociedades simples: registrado no Registro Civil das Pessoas Jurídicas do local de sua sede. Caso a sociedade simples adote um dos tipos de sociedade empresária, deverá sujeitar-se às normas fixadas para as sociedades empresárias, inclusive quanto ao registro no órgão competente de Registro do Comércio da sede ou domicílio da licitante;

IV. para as empresas que escrituram por meio do Sistema Público de Escrituração Digital –SPED, impressão dos seguintes arquivos gerados pelo referido sistema:

- a) termo de autenticação com a identificação do autenticador;
- b) balanço patrimonial e demonstrações contábeis;
- c) termo de abertura e encerramento;
- d) requerimento de autenticação de Livro Digital;
- e) recibo de entrega de Escrituração Contábil Digital.

14.11.1. As sociedades constituídas no exercício em curso ou com menos de um ano de existência deverão apresentar balanço conforme abaixo discriminado, com a assinatura do sócio-gerente e do Contador ou outro profissional equivalente, devidamente registrado no respectivo conselho de classe profissional e autenticado no órgão de Registro do Comércio da sede ou do domicílio da licitante:

- a) balanço de abertura, no caso de sociedades sem movimentação;
- b) balanço intermediário, no caso de sociedades com movimentação.

14.11.2. A comprovação da boa situação financeira da licitante será feita por meio da avaliação, conforme caso:

- a) do balanço cujos índices de Liquidez Geral (LG), de Solvência Geral (SG) e de Liquidez Corrente (LC), resultantes da aplicação das fórmulas a seguir, terão de ser maiores que um (>01):

$LG = (\text{Ativo Circulante} + \text{Realizável a Longo Prazo}) / (\text{Passivo Circulante} + \text{Exigível a Longo Prazo})$

$SG = \text{Ativo Total} / (\text{Passivo Circulante} + \text{Exigível a Longo Prazo})$

$LC = \text{Ativo Circulante} / \text{Passivo Circulante}$

- b) do balanço cujo Índice de Solvência, obtido conforme fórmula a seguir, terá de ser maior ou igual a um (> ou = a 01):

$S = \text{Ativo Total} / \text{Passivo Exigível Total}$

14.11.3. Os índices serão calculados pela licitante e confirmados pelo responsável por sua contabilidade, contador ou outro profissional equivalente, mediante sua assinatura e indicação de seu nome e registro no respectivo conselho de classe profissional.



- 14.11.4. A licitante que apresentar resultado igual ou menor que 01 (um), no cálculo de quaisquer dos índices referidos, ou menor que 01 (um), no cálculo do índice referido na alínea 'b', para ser considerada habilitada no quesito Qualificação Econômico-financeira, deverá incluir, no Invólucro nº 5, comprovante de que possui, no mínimo, patrimônio líquido correspondente a 1% do valor a ser contratado.
- 14.12. Declarações:
- a) declaração, na forma regulamentada pelo Decreto nº 4.358/2002, de que cumpre o disposto no inciso XXXIII, do art. 7º, da Constituição Federal;
 - b) que inexistem impedimentos para a participação, não incorrendo em nenhum dos casos relacionados no item **4.19 a 4.30 deste Edital;**
 - c) Elaboração independente de Proposta;
- 14.12.1. Que a referida declaração seja apresentada conforme **Anexo VI** deste Edital.
- 14.13. Todos os documentos deverão estar em nome da licitante. Se a licitante for matriz, os documentos deverão estar com o número do CNPJ da matriz. Se for filial, os documentos deverão estar com o número do CNPJ da filial, salvo aqueles que, por sua natureza, comprovadamente, são emitidos em nome da matriz.

15. DA ANÁLISE DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

- 15.1. A Comissão Permanente de Licitação analisará os Documentos de Habilitação das licitantes classificadas no julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços, desde que cumpridas as condições de participação, e julgará habilitadas as que atenderem integralmente aos requisitos de habilitação exigidos no Edital.
- 15.2. Se nenhuma licitante restar habilitada, a Comissão Permanente de Licitação reabrirá a fase de Habilitação, com nova convocação de todas as licitantes classificadas, para reapresentarem os respectivos documentos, no prazo de 10 (dez) dias úteis, em atenção aos princípios da eficiência e da economicidade, mantidas, neste caso, todas as condições preestabelecidas.

16. DA COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO E SUBCOMISSÃO TÉCNICA

- 16.1. Esta Concorrência será processada e julgada pela Comissão Permanente de Licitação, na forma do art. 10, da Lei Federal nº 12.232/10, com exceção da análise e julgamento das Propostas Técnicas.
- 16.2. As Propostas Técnicas serão analisadas e julgadas por Subcomissão Técnica, escolhida por meio de sorteio em sessão pública, designada por portaria, constituída por 03 (três) membros que sejam formados em Comunicação, Publicidade ou Marketing ou que atuem em uma dessas áreas.
- 16.3. Na composição da Subcomissão Técnica, pelo menos 1/3 (um terço) dos integrantes não terá vínculo funcional ou contratual com a contratante.
- 16.4. A escolha dos membros da Subcomissão Técnica ocorrerá por sorteio, em sessão pública, será realizada em data publicada e oficializada, entre os nomes de uma relação que terá 09 (nove) integrantes, sendo 06 (seis) integrantes sem vínculo com a contratante em que 02 são titulares e 04 suplentes e 03 (três) com vínculo com a contratante em que 01 é titular e 02 são suplentes.
- 16.4.1. Os nomes remanescentes da relação após sorteio dos 03 (três) membros da Subcomissão Técnica serão todos sorteados para definição



- de uma ordem de suplência, a serem convocados, em caso de impossibilidade de participação de algum dos titulares.
- 16.4.2. A relação de nomes será publicada na Gazeta Municipal de Cuiabá, e, portanto, em prazo não inferior a 10 (dez) dias da data em que será realizada a sessão pública marcada para o sorteio.
 - 16.4.3. De igual forma, o membro da referida Subcomissão deverá declarar-se suspeito ou impedido, imediatamente, sempre que constatar que participa do certame agência de publicidade e/ou projeto nos quais tenha trabalhado ou participado, em respeito aos princípios da impessoalidade e da transparência no julgamento das propostas, sob pena de responsabilidade, com fulcro na Lei Federal nº 14.133/2021.
 - 16.4.4. A ausência de manifestação do membro teoricamente suspeito não impede que qualquer outro participante da Subcomissão, tendo conhecimento dos fatos, possa alegá-los, a qualquer tempo.
 - 16.4.5. A abstenção do impugnado ou o acolhimento da impugnação, mediante decisão fundamentada da autoridade competente, implicará, se necessário, na elaboração e na publicação de nova lista, sem o nome impugnado, respeitado o disposto neste item 16.
 - 16.4.6. Será necessária a publicação de nova relação se o número de membros mantidos depois da impugnação restar inferior ao mínimo exigido no subitem 16.4.
 - 16.4.7. Só será admitida nova impugnação a nome que vier a completar a relação anteriormente publicada.
 - 16.4.8. A sessão pública para o sorteio será realizada em data previamente designada, garantidos o cumprimento do prazo mínimo previsto no subitem 16.4.2. e a possibilidade de fiscalização do sorteio por qualquer interessado.
 - 16.5. O sorteio, processado pela Câmara Municipal de Cuiabá, será realizado em duas etapas, objetivando o sorteio de 02 (dois) membros que não possuem vínculo com a Câmara Municipal de Cuiabá mais 04 suplentes e 01 (um) membro que possui vínculo com a Câmara Municipal de Cuiabá, e mais 02 suplentes, cujo resultado será divulgado na Gazeta Municipal de Cuiabá.
 - 16.6. Não tendo havido qualquer impugnação, os profissionais que compuserem a relação publicada na imprensa oficial e que sejam sorteados passarão a compor a Subcomissão Técnica, que realizará a avaliação e a pontuação das Propostas Técnicas a serem apresentadas neste certame.
 - 16.7. Além das demais atribuições previstas neste Edital, caberá à Subcomissão Técnica, quando solicitado pela Comissão Permanente de licitação, manifestar-se sobre eventuais recursos de licitantes relativos ao julgamento das Propostas Técnicas.
 - 16.8. Para composição da Subcomissão Técnica, a Comissão Permanente de Licitação solicitará a comprovação dos requisitos de qualificação dos possíveis membros da Subcomissão Técnica.
 - 16.9. O sorteio será processado pela Comissão Permanente de Licitação, de modo a garantir o preenchimento das vagas da Subcomissão Técnica, de acordo com a proporcionalidade do número de membros com vínculo ou não com a contratante.
 - 16.10. A Comissão Permanente de Licitação e a Subcomissão Técnica cuidarão para que a interpretação e aplicação das regras busquem atingir as finalidades da licitação e, conforme o caso, poderão relevar aspectos puramente formais nos Documentos de Habilitação e nas Propostas das licitantes, desde que não comprometam a lisura e o caráter competitivo desta



concorrência e contribuam para assegurar a contratação da proposta mais vantajosa, nos termos do art. 5º, caput, da Lei Federal nº 14.133/2021.

17. DO PROCESSAMENTO E JULGAMENTO DA LICITAÇÃO

- 17.1. A reunião de licitação será realizada em 04 (quatro) sessões públicas, observados os procedimentos previstos neste Edital e na legislação.
- 17.1.1. Todos os fatos relevantes, pertinentes ao objeto da Licitação, ocorridos durante a reunião de licitação, serão registrados em ata circunstanciada.
- 17.1.2. Todas as sessões públicas desta licitação serão registradas em áudio e vídeo, para atender o que dispõe o Art. 17, § 2º, da Lei 14.133 de 2021.
- 17.2. A participação de representante de qualquer licitante ocorrerá mediante a prévia entrega de documento hábil, conforme estabelecido neste edital.
- 17.3. Os representantes das licitantes presentes poderão nomear comissão constituída de alguns entre eles para em seu nome, tomar conhecimento e rubricar as Propostas Técnicas, de preço e os Documentos de Habilitação nas respectivas sessões públicas.
- 17.4. Aspectos puramente formais nas Propostas e nos Documentos de Habilitação apresentados pelas licitantes poderão ser relevados pela Comissão, se constantes dos documentos submetidos à análise e julgamento da Subcomissão Técnica, por esta subcomissão, desde que não firam o entendimento da proposta e o ato não acarrete violação aos princípios básicos da licitação.
- 17.5. Os integrantes da Subcomissão Técnica não poderão participar das sessões de recebimento e aberturados invólucros com as Propostas Técnica e de Preço.
- 17.6. A Comissão poderá alterar as datas ou as pautas das sessões, ou mesmo suspendê-las, em função do desenvolvimento dos trabalhos, obedecidas as normas legais aplicáveis.
- 17.7. Se os invólucros lacrados das licitantes desclassificadas não puderem ser devolvidos nas sessões públicas, ficarão à disposição das interessadas por 30 (trinta) dias úteis, contados da homologação desta Concorrência, prazo após o qual serão destruídos.
- 17.8. **PRIMEIRA SESSÃO**
- 17.8.1. A abertura da sessão pública de licitação será realizada no dia, hora e local previstos no preâmbulo deste Edital e terá a seguinte pauta inicial:
- I – identificação dos representantes das licitantes, por meio do(s) documento(s) exigido(s) neste edital, conforme item 5 deste edital;
 - II – apresentação à Comissão dos invólucros nºs 1, 2, 3 e 4.
 - III – exame da conformidade dos invólucros com as disposições deste Edital;
 - IV – rubrica no fecho dos invólucros nºs 2 e 4 e subsequente acondicionamento destes invólucros em receptáculo específico com rubrica no seu respectivo fecho pela Comissão Permanente de Licitação e representantes das licitantes;
 - V – abertura dos invólucros nos 1 e 3, exame e rubrica de seus respectivos conteúdos pela Comissão e representantes das licitantes presentes.
- 17.8.2. Após o encerramento do prazo para recebimento dos invólucros, o qual será declarado pela Comissão na sessão pública, não será permitido o recebimento de nenhum outro invólucro, documento ou embalagem.
- 17.8.3. O invólucro n. 1, com a via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária, só será recebido pela Comissão se:



- I – não apresentar marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que, por si só, possibilite sua identificação ou a identificação da licitantes antes da abertura do invólucro n. 2:
- II – não estiver danificado ou deformado pelas peças, material e ou demais documentos nele acondicionados de modo a possibilitar a identificação da licitante.
- 17.8.4. O não recebimento do invólucro nº 1 implica o não recebimento dos demais invólucros da licitante e seu consequente impedimento de participar da Concorrência.
- 17.8.5. A Comissão, antes da abertura dos invólucros nº. 1, adotará medidas para evitar que seus membros e/ou os representantes das licitantes possam, ainda que acidentalmente, identificar a autoria de algum Plano de Comunicação Publicitária.
- 17.8.6. A Comissão não lançará nenhum código, sinal ou marca nos invólucros nº 1, nem nos documentos que compõem a via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária.
- 17.8.7. Se, ao examinar e ou rubricar os conteúdos dos invólucros n.ºs 1 e 3, for constatada ocorrência que possibilite, inequivocamente, a identificação da autoria do Plano de Comunicação Publicitária, a Comissão desclassificará a licitante e ficará de posse de todos os seus invólucros até que expire o prazo para recursos relativos a essa fase.
- 17.8.8. Os invólucros nos 2 e 4 permanecerão fechados sob a guarda e responsabilidade da Comissão Permanente de Licitação.
- 17.8.9. Abertos os invólucros n.ºs 1 e 3, as licitantes não poderão desistir de suas Propostas, salvo por motivo justo decorrente de fato superveniente e aceito pela Comissão.
- 17.8.10. A análise e os trâmites administrativos pertinentes ao conteúdo dos invólucros n.ºs. 1 e 3 observarão os seguintes procedimentos:
- I – encaminhamento, pela Comissão Permanente de Licitação à Subcomissão Técnica, dos invólucros n 1, com as vias não identificadas do Plano de Comunicação Publicitária;
 - II – análise individualizada e julgamento, pela subcomissão Técnica, das vias não identificadas do Plano de Comunicação Publicitária.
 - III – elaboração e encaminhamento, pela Subcomissão Técnica à Comissão, da ata de julgamento dos Planos de Comunicação Publicitária, de planilhas com as pontuações e de justificativa das razões que as fundamentaram em cada caso;
 - IV – encaminhamento, pela Comissão Permanente de Licitação à Subcomissão Técnica, dos invólucros n. 3, com a Capacidade de Atendimento, o Repertório e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação;
 - V – análise individualizada e julgamento, pela Subcomissão Técnica, da Capacidade de atendimento, do Repertório e dos relatos de Soluções de Problemas de Comunicação;
 - VI – elaboração e encaminhamento, pela Subcomissão Técnica à Comissão, da ata de julgamento das Propostas referentes à Capacidade de Atendimento, ao Repertório e aos Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, de planilha com as pontuações e de justificativa das razões que as fundamentaram em cada caso.
- 17.8.11 Se alguma Proposta Técnica for desclassificada com fundamento no subitem 8.11 e 8.12, a Subcomissão Técnica atribuirá pontuação a cada quesito ou subquesito da Proposta e lançará sua pontuação em planilhas



que ficarão acondicionadas em envelope fechado e rubricado no fecho pelos membros da Subcomissão Técnica, até que expire o prazo para recursos relativos a essa fase.

17.8.11.1 O disposto no subitem 17.8.11 não se aplica aos casos em que o descumprimento resulte na identificação da licitante antes da abertura dos invólucros n. 2.

17.8.12 As planilhas previstas nos incisos III e VI do subitem 17.8.10. conterão, respectivamente, as pontuações de cada membro para cada subquesto do Plano de Comunicação Publicitária apresentado pelas licitantes e as pontuações de cada membro para os quesitos Capacidade de Atendimento, Repertório e Relato de Soluções de Problemas de Comunicação de cada licitante.

17.9. **SEGUNDA SESSÃO**

17.9.1. Após receber as atas de julgamento das Propostas Técnicas (invólucros ns. 1 e 3), respectivas planilhas de julgamento e demais documentos elaborados pela Subcomissão Técnica, a Comissão Permanente de Licitação convocará as licitantes para participar da segunda sessão pública que terá a seguinte pauta básica:

I – identificação dos representantes das licitantes presentes e coleta de suas assinaturas na lista de presença;

II – abertura do receptáculo contendo os invólucros ns. 2;

III – abertura e rubrica do conteúdo do invólucro n. 2;

IV – cotejo das vias não identificadas (invólucro n. 1) com as vias identificadas (invólucro n. 2) do Plano de Comunicação Publicitária, para identificação de sua autoria;

V – elaboração da planilha geral com o somatório das pontuações atribuídas ao plano de comunicação publicitária e separadamente, aos demais quesitos de cada Proposta Técnica;

VI – proclamação do resultado do julgamento geral da Proposta Técnica;

VII – adoção dos procedimentos previstos no subitem 12.2, em caso de empate, após a decisão final, inclusive das Propostas de Preço.

VIII – informação de que o resultado do julgamento das Propostas Técnicas será divulgado na forma da lei, com a indicação dos licitantes classificados e dos desclassificados, em ordem decrescente de pontuação.

17.10. **TERCEIRA SESSÃO**

17.10.1. A Comissão convocará as licitantes para participar da terceira sessão pública que terá a seguinte pauta básica:

I – identificação dos representantes das licitantes presentes e coleta de suas assinaturas na lista de presença;

II – abertura dos invólucros nº 4, exame e rubrica do seu conteúdo pela Comissão Permanente de Licitação e representantes das licitantes presentes;

III – julgamento das Propostas de Preço com a identificação das Propostas de menores preços e divulgação do resultado aos representantes das licitantes presentes;

IV – declaração das 4 licitantes mais bem classificadas no julgamento final das propostas, ou seja, na média ponderada de acordo com os respectivos pesos, na Proposta Técnica e na Proposta de Preços;



V – informação de que o resultado do julgamento final das Propostas será divulgado na forma da lei, com a indicação da ordem de classificação.

17.11. QUARTA SESSÃO

17.11.1. A Comissão convocará as licitantes classificadas no julgamento final das Propostas, para participar da quarta sessão pública que terá a seguinte pauta básica:

I – identificação dos representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;

II – recebimento e abertura dos invólucros n. 5, exame e rubrica do seu conteúdo pela Comissão e pelos representantes das licitantes presentes;

III – informação de que o resultado da habilitação será divulgado na forma da lei, com a indicação dos proponentes habilitados e inabilitados;

17.11.2. Na hipótese de todas as propostas de preço serem desclassificadas, ou de todas as licitantes serem inabilitadas, a Comissão poderá fixar às licitantes o prazo de 10 (dez) dias úteis para apresentação de nova documentação ou de outras propostas escoimadas das causas que tenham determinado, respectivamente, a desclassificação ou a inabilitação.

17.11.3. A nova documentação deve ser apresentada na forma prevista neste Edital, e entregue em sessão pública.

17.11.4. Decididos os recursos e constatada a regularidade dos atos praticados, a autoridade competente homologará e adjudicará seu objeto à licitante vencedora.

18. DOS RECURSOS ADMINISTRATIVOS

18.1. Dos atos decisórios ou que resultem aplicação de penalidade cabe recurso, interposto na forma impressa, no prazo de 3 (três) dias úteis, a contar da intimação do ato ou da lavratura da ata. A entrega deverá ser na Coordenadoria de Gestão de Contratos e Convênios, localizada na sede da Câmara Municipal de Cuiabá, no horário das 07:30 até às 13:30.

18.1.1. A intimação dos atos decisórios será feita mediante publicação na imprensa oficial, salvo para as decisões sobre o recebimento e julgamento das propostas e sobre a habilitação ou inabilitação de licitantes, se presentes os prepostos das licitantes no ato em que foi adotada a decisão, quando poderá ser feita por comunicação direta aos interessados e lavrada em ata.

18.1.2. A intimação da aplicação da penalidade será realizada por notificação direta à licitante.

18.2. O recurso contra o julgamento das propostas ou contra a habilitação ou a inabilitação de licitantes terá efeito suspensivo, e o seu acolhimento importará a invalidação apenas dos atos insuscetíveis de aproveitamento.

18.2.1. A Comissão poderá, motivadamente, atribuir efeito suspensivo ao recurso contra os demais atos.

18.3. A continuidade da reunião de licitação, no caso de interposição de recurso, será comunicada aos interessados por e-mail.

18.4. Os recursos interpostos serão comunicados às partes interessadas, que poderão apresentar contrarrazões no prazo de 3 (três) dias úteis a partir do término do prazo do recorrente, sendo-lhes assegurada vistas dos elementos indispensáveis à defesa dos seus interesses.



- 18.5. O recurso será dirigido à autoridade superior, por intermédio da que praticou o ato recorrido, que poderá reconsiderar sua decisão no prazo de 5 (cinco) dias úteis, ou, neste mesmo prazo, fazê-lo subir, devidamente informado, para decisão.
- 18.6. Os recursos interpostos fora do prazo legal e ou subscritos por representante não habilitado legalmente ou não identificado no processo para responder pela licitante não serão conhecidos.
- 18.7. É proibido a qualquer licitante tentar impedir o curso normal do processo licitatório mediante a utilização de recursos ou de meios meramente protelatórios, sujeitando-se os autores às sanções legais e administrativas aplicáveis, conforme dispõe o artigo 337-I, do Capítulo II-B, do Decreto-Lei 2.848/1940 (Código Penal Brasileiro), alterado pela Lei Federal nº 14.133/2021.

19. DO CONTRATO

- 19.1. O contrato deverá ser assinado pelas licitantes declaradas vencedoras do certame, no prazo de até 5 (cinco) dias úteis, contados a partir da data de convocação da Câmara Municipal de Cuiabá, sob a pena de decair do direito à contratação, sem prejuízo das penalidades previstas no Artigo 90, § 5º, da Lei Federal nº 14.133/2021 e alterações subsequentes.
- 19.1.1. O prazo previsto no subitem anterior poderá ser prorrogado, por igual período, por solicitação justificada da Adjudicatária e aceita pela Administração.
- 19.2. As agências vencedoras não poderão subcontratar outra agência de propaganda para a execução dos serviços.
- 19.3. As cláusulas e condições contratuais, inclusive as sanções por descumprimento das obrigações serão aquelas previstas no Termo de Referência e neste respectivo Edital, fazendo lei entre as partes as disposições aqui previstas.
- 19.4. As obrigações das partes estão inseridas neste Edital e seus anexos, bem como no Anexo V – Minuta do Contrato.
- 19.5. Para formalização do contrato será exigida a formalização de Termo Anticorrupção das empresas beneficiadas direta ou indiretamente com recursos públicos municipais, declarando formalmente que a condução de seus negócios segue estritamente a lei, a moral e os bons costumes.

20. DA GARANTIA CONTRATUAL

- 20.1. As contratadas prestarão individualmente garantia, correspondente a 1% (um por cento) do valor do contrato, de acordo com o Artigo 96 da Lei Federal nº 14.133/2021, podendo cada contratada optar por uma das modalidades previstas no diploma legal citado, no prazo de 30 (trinta) dias contados a partir da data de assinatura do contrato.

21. DO GERENCIAMENTO E FISCALIZAÇÃO

- 21.1. Autoridade competente designará o fiscal do contrato por meio de Portaria, que será publicada na Imprensa Oficial, conforme prevê o Artigo 117, caput, da Lei nº 14.133/2021.

22. DO PRAZO DE VIGÊNCIA DO CONTRATO

- 22.1. O contrato terá vigência de 12 (doze) meses, contando a data de sua assinatura, podendo ser prorrogado, na forma do Artigo 105, 106 e 107, da Lei



Federal nº 14.133/2021 e alterações subsequentes, com limite de 60 (sessenta) meses.

- 22.2. Os serviços licitados podem ser enquadrados como contínuos, desde que correspondam às necessidades permanentes do contratante, destacando o entendimento do TCU, segundo o qual “a aferição da natureza dos contratos de publicidade (contínuo ou de escopo) dependerá das circunstâncias do caso concreto, levando-se em consideração, para esta análise, os fins institucionais do órgão ou entidade contratante e a necessidade de divulgação permanente de algum tema relacionado a estes fins institucionais”.

23. DAS SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

- 23.1. O descumprimento das obrigações assumidas pela CONTRATADA, sem justificativa aceita pela CONTRATANTE, resguardados os preceitos legais pertinentes, poderá acarretar as seguintes sanções administrativas:

I – Advertência;

II – Suspensão temporária de participação da seleção interna;

III – Multa de mora e multa compensatória;

IV – Impedimento de licitar e contratar com a Administração Pública;

V – Declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com a Administração Pública.

- 23.2. Nenhuma sanção será aplicada sem o devido processo administrativo, assegurado à CONTRATADA o contraditório e a ampla defesa.

- 23.3. As sanções aplicadas só poderão ser relevadas motivadamente e por conveniência administrativa, mediante ato devidamente justificado da autoridade competente.

- 23.4. A sanção de advertência poderá ser aplicada nos seguintes casos:

I - descumprimento parcial das obrigações e responsabilidades assumidas contratualmente;

II - outras ocorrências que possam acarretar transtornos ao desenvolvimento dos serviços, a juízo da CONTRATANTE, desde que não caiba a aplicação de sanção mais grave.

- 23.5. A falha na execução contratual restará configurada quando:

- 23.5.1. A CONTRATADA cometer, nos últimos 12 (doze) meses contínuos de execução contratual, uma quantidade de infrações cujo somatório de pontos correspondentes, conforme a Tabela 1, atinja ou ultrapasse 10 (dez) pontos:

Tabela 1 – Correspondência entre Grau da Infração e Quantidade de Pontos:

GRAU DA INFRAÇÃO	QUANTIDADE DE PONTOS
LEVE	1 PONTO POR INFRAÇÃO
MÉDIA	2 PONTOS POR INFRAÇÃO
GRAVE	3 PONTOS POR INFRAÇÃO

- 23.5.2. Comprovadas as falhas e atingida a pontuação estabelecida anteriormente, a CONTRATANTE poderá aplicar as sanções, por infração, conforme os graus, as correspondências, as descrições e as incidências estabelecidas na Tabela 2 e na Tabela 3, apresentadas a seguir:

Tabela 2 – Grau e correspondência de cada infração:

GRAU DA INFRAÇÃO	CORRESPONDÊNCIA
------------------	-----------------



**ESTADO DE MATO GROSSO
CÂMARA MUNICIPAL DE CUIABÁ**

CONCORRÊNCIA
PÚBLICA
N.º 001/2024

LEVE	Advertência (na primeira infração) Multa no valor de 0,5%, por incidência, sobre o valor do contrato (após a primeira infração).
MÉDIA	Multa no valor de 0,75%, por incidência, sobre o valor do contrato.
GRAVE	Multa no valor de 1,0%, por incidência, sobre o valor do contrato.

Tabela 3 – Infrações:

ITEM	DESCRIÇÃO	GRAU	INCIDÊNCIA
1	Não operar como organização completa prejudicando o fornecimento dos serviços com elevada qualidade	GRAVE	SEMESTRAL
2	Demora para centralizar o comando da publicidade da CONTRATANTE em Cuiabá, onde, para esse fim, manterá escritório, sucursal ou filial.	GRAVE	POR OCORRÊNCIA
3	Não executar, com seus próprios recursos, todos os serviços previstos no contrato, mediante demanda da CONTRATANTE.	GRAVE	SEMESTRAL
4	Não utilizar, na elaboração dos serviços objeto deste contrato, os profissionais indicados na Proposta Técnica da concorrência que deu origem a este instrumento, para fins de comprovação da Capacidade de Atendimento	LEVE	SEMESTRAL
5	Substituir os profissionais envolvidos na execução contratual sem o conhecimento e anuência da CONTRATANTE.	LEVE	POR OCORRÊNCIA
6	Não envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores de bens e de serviços especializados e a veículos de divulgação ou não transferir à CONTRATANTE todas as vantagens obtidas	GRAVE	POR OCORRÊNCIA
7	Não observar rigorosamente as especificações estipuladas pela CONTRATANTE no fornecimento de produtos e serviços	GRAVE	POR OCORRÊNCIA



ESTADO DE MATO GROSSO
CÂMARA MUNICIPAL DE CUIABÁ

CONCORRÊNCIA
PÚBLICA
N.º 001/2024

	relacionados com o objeto deste contrato.		
8	Não exercer o controle de qualidade na execução dos serviços prestados, com base nos parâmetros determinados pela CONTRATANTE	GRAVE	POR OCORRÊNCIA
9	Não atuar com atenção e responsabilidade na elaboração de estimativa de custos dos produtos e serviços objeto deste contrato	GRAVE	POR OCORRÊNCIA
10	Não observar as condições estabelecidas no presente contrato para o fornecimento de bens e de serviços especializados à CONTRATANTE	MÉDIA	SEMESTRAL
11	Não observar os prazos estabelecidos pela CONTRATANTE na condução dos serviços objeto deste contrato	MÉDIA	POR OCORRÊNCIA
12	Provocar prejuízos e danos à CONTRATANTE devido a sua demora, omissão ou erro, na condução dos serviços objeto deste contrato.	GRAVE	POR OCORRÊNCIA
13	Não tomar providências, imediatamente, em casos de alterações, rejeições, cancelamentos ou interrupções de um ou mais serviços, Mediante comunicação da CONTRATANTE.	GRAVE	POR OCORRÊNCIA
14	Não repassar à CONTRATANTE todas as vantagens obtidas em negociação de compra de mídia, incluídos os eventuais descontos e as bonificações na forma de espaço, tempo ou reaplicações que tenham sido concedidos por veículo de divulgação	GRAVE	POR OCORRÊNCIA
15	Não repassar à CONTRATANTE o desconto de antecipação de pagamento, caso esta venha a saldar compromisso antes do prazo estipulado.	GRAVE	POR OCORRÊNCIA
16	Sobrepor os planos de incentivo aos interesses da CONTRATANTE, preterindo veículos de divulgação que não os concedam ou priorizando os que os ofereçam.	GRAVE	POR OCORRÊNCIA
17	Não negociar as melhores	GRAVE	POR



**ESTADO DE MATO GROSSO
CÂMARA MUNICIPAL DE CUIABÁ**

CONCORRÊNCIA
PÚBLICA
N.º 001/2024

	condições de preço, até os percentuais máximos estabelecidos neste contrato, no tocante aos direitos patrimoniais sobre trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos de autor e conexos e aos direitos patrimoniais sobre obras consagradas, nos casos de reutilizações de peças publicitárias da CONTRATANTE.		OCORRÊNCIA
18	Não incluir cláusula de alerta em seus pedidos de cotação junto a fornecedores de bens e de serviços especializados, quando pertinente, no sentido de que, na produção de peças publicitárias destinadas à veiculação pelas emissoras de televisão e em salas cinematográficas, seja considerado o disposto nos arts. 44 a 46 da Lei nº 12.288/2010 (Igualdade racial).	MÉDIA	POR OCORRÊNCIA
19	Contratar fornecedores de bens e de serviços especializados ou reservar e comprar espaço ou tempo publicitário de veículos de divulgação, relacionados à execução deste contrato, sem a autorização prévia e por escrito da CONTRATANTE.	GRAVE	POR OCORRÊNCIA
20	Não providenciar Termo de Conduta, segundo o qual o veículo se responsabiliza pelos seus conteúdos ou de sites parceiros, declarando estar de acordo com os termos do Marco Civil da Internet, de forma a evitar ações publicitárias da CONTRATANTE em veículos de divulgação que promovam conteúdos ou atividades ilegais.	MÉDIA	POR OCORRÊNCIA
21	Não apresentar à CONTRATANTE, para autorização do plano de mídia de cada ação ou campanha publicitária, relação dos meios, praças e veículos de divulgação dos quais será possível e dos quais se revela impossível	LEVE	POR OCORRÊNCIA



ESTADO DE MATO GROSSO
CÂMARA MUNICIPAL DE CUIABÁ

CONCORRÊNCIA
PÚBLICA
N.º 001/2024

	obter o relatório de checagem de veiculação, a cargo de empresa independente.		
22	Cotar preços para o fornecimento de bens ou de serviços especializados junto a fornecedores em que: um mesmo sócio ou cotista participe de mais de um fornecedor em um mesmo procedimento de cotação; e que algum dirigente ou empregado da CONTRATADA tenha participação societária ou vínculo comercial ou de parentesco até o terceiro grau.	GRAVE	POR OCORRÊNCIA
23	Realizar despesas com bens e serviços especializados prestados por fornecedores, com veiculação e com qualquer outra despesa relacionada com este contrato, sem a autorização prévia da CONTRATANTE.	GRAVE	POR OCORRÊNCIA
24	Recusar a encaminhar, sempre que solicitado pela CONTRATANTE, sem ônus para esta, cópia de peças produzidas, desde que não seja para uso em veiculação em mídia paga, nos seguintes formatos: TV e Cinema – cópias em arquivos digitais; Internet – cópias em arquivos digitais; Rádio – cópias em arquivos digitais; Mídia impressa e outros materiais publicitários – cópias em arquivos digitais com arquivos em alta resolução e finalizados.	LEVE	POR OCORRÊNCIA
25	Não zelar pelo irrestrito e total sigilo sobre quaisquer dados que lhe sejam fornecidos em decorrência da execução contratual, sobretudo quanto à estratégia de atuação da CONTRATANTE.	GRAVE	POR OCORRÊNCIA
26	Divulgar informações acerca da prestação dos serviços objeto deste contrato, mesmo que acidentalmente, sem a prévia e expressa autorização da CONTRATANTE	GRAVE	POR OCORRÊNCIA
27	Recusar o ressarcimento à CONTRATANTE de qualquer dano	GRAVE	POR OCORRÊNCIA



ESTADO DE MATO GROSSO
CÂMARA MUNICIPAL DE CUIABÁ

CONCORRÊNCIA
PÚBLICA
N.º 001/2024

	ou prejuízo oriundo de eventual quebra de sigilo das informações fornecidas.		
28	Não prestar o devido esclarecimento à CONTRATANTE sobre eventuais atos ou fatos desabonadores noticiados que envolvam a CONTRATADA.	GRAVE	POR OCORRÊNCIA
29	Caucionar ou utilizar o presente contrato como garantia para qualquer operação financeira.	GRAVE	POR OCORRÊNCIA
30	Não cumprir todas as leis e posturas, federais, estaduais e municipais pertinentes ao objeto deste contrato	GRAVE	POR OCORRÊNCIA
31	Não cumprir a legislação trabalhista e securitária com relação a seus empregados.	GRAVE	POR OCORRÊNCIA
32	Não manter durante a execução deste contrato todas as condições de habilitação e qualificação, exigidas na concorrência que deu origem a este instrumento.	GRAVE	SEMESTRAL
33	Não apresentar, quando solicitado pela CONTRATANTE, a comprovação de estarem sendo satisfeitos todos os seus encargos e obrigações trabalhistas, previdenciários e fiscais.	MÉDIA	POR OCORRÊNCIA
34	Gerar prejuízos e infrações à CONTRATANTE na prestação dos serviços objeto deste contrato.	GRAVE	POR OCORRÊNCIA
35	Não realizar de forma devida o pagamento de tributos e taxas que forem devidos em decorrência do objeto deste contrato, bem como as contribuições devidas à Previdência Social, os encargos trabalhistas, prêmios de seguro e de acidentes de trabalho, os encargos que venham a ser criados e exigidos pelos Poderes Públicos e outras despesas que se fizerem necessárias ao cumprimento do objeto pactuado	GRAVE	POR OCORRÊNCIA
36	Não observar na execução dos serviços as boas práticas de sustentabilidade ambiental, de otimização de recursos, de redução de desperdícios e de redução da poluição.	MÉDIA	SEMESTRAL



37	Demora na constituição, em parceria com as outras agências contratadas, de um acervo da propaganda da CONTRATANTE, em meio virtual, com as peças produzidas durante a execução deste contrato e com banco de imagens.	GRAVE	POR OCORRÊNCIA
----	---	-------	----------------

- 23.6. As penalidades decorrentes das condutas tipificadas acima podem ser aplicadas cumulativamente entre si, desde que seu somatório não ultrapasse 10% (dez por cento) do valor atualizado da contratação, sem prejuízo das demais sanções dispostas.
- 23.7. No ato de advertência, a CONTRATANTE estipulará prazo para o cumprimento da obrigação ou responsabilidade assumida contratualmente e para a correção das ocorrências que possam acarretar transtornos ao desenvolvimento dos serviços.
- 23.8. A suspensão temporária de participação da seleção interna será aplicada quando, vencido o prazo estipulado na advertência, a CONTRATADA continuar inadimplente em relação ao fato que deu origem à sanção.
- 23.9. A multa moratória poderá ser cobrada pelo atraso injustificado no cumprimento do objeto ou de prazos estipulados.
- 23.10. O atraso sujeitará a CONTRATADA à multa de:
I – 0,5% (zero vírgula cinco por cento) por dia de atraso na entrega de material ou execução de serviço, a contar do primeiro dia útil da respectiva data fixada, até o limite de 30 (trinta) dias úteis, calculada sobre o valor correspondente à obrigação não cumprida;
II – 0,66% (zero vírgula sessenta e seis por cento) por dia de atraso, na entrega de material ou execução de serviço, a contar do primeiro dia útil da respectiva data fixada, calculada sobre o valor correspondente à obrigação não cumprida, em caráter excepcional, se houve justificativa plausível, a juízo da CONTRATANTE, quando o atraso ultrapassar 30 (trinta) dias.
- 23.11. O atraso injustificado superior a 30 (trinta) dias na entrega de material ou execução de serviço poderá caracterizar a inexecução total deste contrato, a juízo da CONTRATANTE.
- 23.12. A CONTRATADA estará sujeita à multa compensatória de:
I - 1% (um por cento), calculada sobre o valor da nota fiscal correspondente ao material ou ao serviço em que tenha ocorrida a falta, quando caracterizada a inexecução parcial ou a execução insatisfatória deste contrato;
II - 1% (um por cento), calculada sobre o valor que reste executar deste contrato ou sobre o valor da dotação orçamentária que reste executar, o que for menor, pela:
a) inexecução total deste contrato;
b) pela interrupção da execução deste contrato, sem prévia autorização da CONTRATANTE.
III – 0,5% (zero vírgula cinco por cento) do valor deste contrato ou do valor da dotação orçamentária, o que for menor, por dia de atraso, observado o máximo de 2% (dois por cento) pela recusa injustificada em apresentar a garantia prevista neste contrato;



IV – até 1% (um por cento) sobre o valor que reste executar deste contrato ou sobre o valor da dotação orçamentária que reste executar, o que for menor, pelo descumprimento de qualquer cláusula contratual, respeitado o acima disposto neste subitem.

23.13. O impedimento de licitar e contratar com a Administração Pública poderá ser aplicado à CONTRATADA se, por culpa ou dolo, prejudicar ou tentar prejudicar a execução deste ajuste, nos seguintes prazos e situações:

I - por até 06 (seis) meses:

a) atraso no cumprimento das obrigações assumidas contratualmente, que tenha acarretado prejuízos financeiros para a CONTRATANTE;

b) execução insatisfatória do objeto deste contrato, se antes tiver havido aplicação da sanção de advertência ou multa, na forma descrita anteriormente.

II - por até 02 (dois) anos:

a) não conclusão dos serviços contratados;

b) prestação do serviço em desacordo com as especificações constantes no documento de Autorização de Produção ou no documento de Autorização de Veiculação, depois da solicitação de correção efetuada pela CONTRATANTE;

c) cometimento de quaisquer outras irregularidades que acarretem prejuízo à CONTRATANTE, ensejando a rescisão deste contrato por sua culpa;

d) condenação definitiva por fraude fiscal no recolhimento de quaisquer tributos e contribuições, praticada por meios dolosos;

e) apresentação, à CONTRATANTE, de qualquer documento falso ou falsificado, no todo ou em parte, com o objetivo de participar da licitação que deu origem a este contrato, que venha ao conhecimento da CONTRATANTE após a assinatura deste contrato, ou para comprovar,

durante sua execução, a manutenção das condições apresentadas na habilitação;

f) ocorrência de ato capitulado como crime pela Lei nº 14.133/2021, praticado durante o procedimento licitatório, que venha ao conhecimento da CONTRATANTE após a assinatura do contrato;

g) reprodução, divulgação ou utilização, em benefício próprio ou de terceiros, de quaisquer informações de que seus empregados tenham tido conhecimento em razão da execução deste contrato, sem consentimento prévio e expresso da CONTRATANTE.

23.14. A declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com a Administração Pública será aplicada quando constatada má-fé, ação maliciosa e premeditada em prejuízo da CONTRATANTE, atuação com interesses escusos, reincidência em faltas que acarretem prejuízo à CONTRATANTE ou aplicações anteriores de sucessivas outras sanções.

23.15. A declaração de inidoneidade será aplicada à CONTRATADA se, entre outros casos:

I - sofrer condenação definitiva por fraude fiscal no recolhimento de quaisquer tributos, praticada por meios dolosos;

II - demonstrar, a qualquer tempo, não possuir idoneidade para licitar ou contratar com a CONTRATANTE, em virtude de atos ilícitos praticados;

III - reproduzir, divulgar ou utilizar, em benefício próprio ou de terceiros, quaisquer informações de que seus empregados tenham tido conhecimento em razão da execução deste contrato, sem consentimento prévio da CONTRATANTE.

23.16. A declaração de inidoneidade implica proibição da CONTRATADA de transacionar com a Administração Pública, enquanto perdurarem os motivos



determinantes da punição ou até que seja promovida a reabilitação perante a autoridade que aplicou a penalidade, que será concedida sempre que a CONTRATADA ressarcir a CONTRATANTE pelos prejuízos resultantes e depois de decorrido o prazo da sanção aplicada.

- 23.17. Da aplicação das sanções de advertência, suspensão temporária de participação da seleção interna, multa e suspensão do direito de licitar ou contratar com a Administração caberá recurso, no prazo de 05 (cinco) dias úteis, contados do primeiro dia útil subsequente ao do recebimento da comunicação.
- 23.18. O recurso referente à aplicação de sanções deverá ser dirigido à autoridade imediatamente superior, por intermédio daquela responsável pela sua aplicação, a qual poderá reconsiderar sua decisão, no prazo de 05 (cinco) dias úteis, ou, nesse mesmo prazo, enviá-lo à instância superior, devidamente motivado, devendo, neste caso, a decisão ser proferida dentro do prazo de 05 (cinco) dias úteis, contados do recebimento do recurso, conforme especificado a seguir:
- a) a advertência, a suspensão temporária de participação da seleção interna e a multa;
 - b) suspensão do direito de licitar ou contratar com a Administração Pública;
- 23.19. As sanções aqui previstas são independentes entre si, podendo ser aplicadas isoladas ou cumulativamente sem prejuízo de outras medidas cabíveis, respondendo ainda a CONTRATADA por qualquer indenização suplementar no montante equivalente ao prejuízo excedente que causar, na forma do parágrafo único do art. 416 do Código Civil Brasileiro.
- 23.20. A aplicação das sanções previstas neste contrato não exclui a possibilidade de aplicação de outras, prevista na Lei nº 14.133/2021, incluída a responsabilização da CONTRATADA por eventuais perdas e danos causados à CONTRATANTE.
- 23.21. O valor das multas poderá ser descontado da garantia constituída, do valor da fatura de quaisquer serviços referentes ao presente contrato, cobrado diretamente ou, ainda, quando for o caso, cobrado judicialmente da CONTRATADA, ressalvado os valores devidos a terceiros, fornecedores, veículos e demais meios de comunicação.
- 23.22. O valor das multas deverá ser recolhido no prazo máximo de 10 (dez) dias corridos, a contar da data do recebimento da comunicação enviada pela CONTRATANTE.

24. DA VALIDADE DA PROPOSTA

- 24.1. O prazo de validade da proposta deverá ser de no mínimo, 120 (cento e vinte) dias consecutivos contados da data da sessão pública estipulada para entrega dos envelopes à Comissão de Licitação.

25. DA DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA

- 25.1. A dotação orçamentária é a que se segue:

UNIDADE: 1

PROGRAMA: 1

PROJETO ATIVIDADE: 2009 – DIVULGAÇÃO INSTITUCIONAL

ELEMENTO DE DESPESA: 3.3.90.39 – OUTROS SERVIÇOS DE TERCEIROS - PJ

CÓDIGO REDUZIDO: 38



FONTE: 00

- 25.2. O valor estimado para a contratação pretendida é de R\$ 15.000.000,00 (quinze milhões de reais), para o prazo de vigência de 12 (doze) meses, prorrogáveis por iguais e sucessivos períodos, nos termos do artigo 106, da Lei Federal nº 14.133/2021, com limite de 60 (sessenta) meses.
- 25.3. A Câmara Municipal de Cuiabá se reserva ao direito de, a seu critério, utilizar ou não a totalidade dos recursos previstos

26. DA HOMOLOGAÇÃO E ADJUDICAÇÃO

- 26.1. Não tendo sido interposto nenhum recurso ou tendo sido julgados eventuais recursos interpostos, constatada a regularidade do procedimento licitatório será homologado o resultado da licitação e aprovada a adjudicação do seu objeto às licitantes vencedoras.

27. DA PROTEÇÃO DE DADOS PESSOAIS

- 27.1. As partes envolvidas deverão observar as disposições da Lei nº 13.709/2018, Lei Geral de Proteção de Dados – LGPD, quanto ao tratamento dos dados pessoais que lhes forem confiados, em especial quanto à finalidade e boa-fé na utilização de informações pessoais para consecução dos fins a que se propõe o presente edital com comprometimento na proteção dos direitos fundamentais de liberdade e de privacidade e do livre desenvolvimento da personalidade da pessoa natural, relativos ao tratamento destes dados em meios físicos e digitais.
- 27.2. Para efeitos legais, a Câmara Municipal de Cuiabá – CMC, figura na qualidade de Controlador dos dados quando fornecidos à Contratada para tratamento, sendo esta enquadrada como Operador dos dados. Em relação aos dados próprios de suas atividades e tratamento, a Contratada será a Controladora destes;
- 27.3. O eventual acesso, pela Contratada, às bases de dados que contenham ou possam conter dados pessoais ou segredos de negócio implicará à Contratada, seus empregados e prepostos na obrigação de sigilo, cujos teores declaram ser de seu inteiro conhecimento, em relação aos dados, informações ou documentos de qualquer natureza, exibidos, manuseados ou que por qualquer forma ou modo venham tomar conhecimento ou ter acesso, em razão deste contrato, ficando, na forma da lei, responsáveis pelas consequências da sua divulgação indevida e/ou descuidada ou de sua incorreta utilização, sem prejuízo das penalidades aplicáveis nos termos da LGPD;
- 27.4. Em caso de necessidade de coleta de dados pessoais indispensáveis à própria prestação do serviço, esta será realizada mediante prévia aprovação da Câmara Municipal de Cuiabá, coma responsabilização da Contratada na obtenção do consentimento dos titulares (salvo nos casos em que opere outra hipótese legal de tratamento). Os dados assim coletados só poderão ser utilizados na execução dos serviços especificados neste edital, e em hipótese alguma poderão ser compartilhados ou utilizados para outros fins, não afastadas as penalidades aplicáveis nos termos da LGPD;
- 27.5. A Contratada deverá fornecer conhecimento formal aos seus empregados e prepostos das obrigações, deveres, sanções e condições



acordadas neste item, inclusive no tocante à Política de Privacidade da Câmara Municipal de Cuiabá, cujos princípios deverão ser aplicados à coleta e tratamento dos dados pessoais de que trata este item;

- 27.6. A LGPD permite a conservação dos dados pessoais tratados e operados pela Contratada após a finalização do tratamento para o qual foram coletados nos casos listados a seguir, no mais, estes deverão ser eliminados:
- 27.6.1. Cumprimento de obrigação legal ou regulatória pelo Controlador;
 - 27.6.2. Estudo por órgão de pesquisa, garantida, sempre que possível, a anonimização dos dados pessoais;
 - 27.6.3. Uso exclusivo do Controlador, sendo vedado o seu acesso por terceiro, e desde que anonimizados os dados;
- 27.7. A Contratada cooperará com a Câmara Municipal de Cuiabá no cumprimento das obrigações referentes ao exercício dos direitos dos titulares previstos na LGPD e demais legislações e regulamentações do tema em vigor e no atendimento de requisições e determinações do Poder Judiciário, Ministério Público Estadual e Federal, ANPD e Órgão de controle administrativo em geral;
- 27.8. O Encarregado de dados indicado pela Contratada manterá contato formal com o Encarregado de dados pelo contrato indicado pela Câmara Municipal de Cuiabá, no prazo de 24 (vinte e quatro) horas da ocorrência de qualquer incidente que implique violação ou risco de violação de dados pessoais, para que este possa adotar as providências devidas, na hipótese de questionamento das autoridades competentes;
- 27.9. Os casos considerados omissos em relação ao tratamento dos dados pessoais que forem confiados à Contratada, e não puderem ser resolvidos com amparo na LGPD, deverão ser submetidos ao setor responsável da Câmara Municipal de Cuiabá para que esta decida previamente sobre a questão;
- 27.10. Eventuais responsabilidades das partes serão apuradas conforme estabelecido neste Termo e de acordo com o que dispõe a Seção III, Capítulo VI da LGPD.
- 27.11. A licitante deverá apresentar nos Documentos de Habilitação o Termo de Responsabilidade e Confidencialidade, conforme **o Anexo II** deste Edital.

28. DAS DISPOSIÇÕES GERAIS

- 28.1. As licitantes são responsáveis pela fidelidade e legitimidade das informações prestadas e dos documentos apresentados em qualquer fase da licitação, de modo que a falsidade de qualquer documento apresentado ou a inverdade das informações nele contidas implicará a imediata desclassificação do respectivo licitante.
- 28.2. É facultada à Comissão Permanente de Licitação, em qualquer fase desta concorrência, a promoção de diligência destinada a esclarecer ou complementar a instrução do processo licitatório, vedada a inclusão posterior de documento ou informação que deveria constar originalmente das Propostas Técnica e de Preços ou dos Documentos de Habilitação.
- 28.3. A Comissão Permanente de Licitação, por solicitação expressa da Subcomissão Técnica, poderá proceder vistoria da infraestrutura que as



- agências apresentaram nas Propostas Técnicas (quesito Capacidade de Atendimento), que estarão à disposição da contratante para a execução do contrato.
- 28.4. A Comissão Permanente de Licitação deverá adotar os cuidados necessários para preservar o sigilo quanto à autoria do Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada, até a abertura do Invólucro nº 2.
- 28.5. Até a assinatura do contrato, a licitante vencedora poderá ser desclassificada ou inabilitada se a contratante tiver conhecimento de fato desabonador à sua classificação técnica ou à sua habilitação, conhecido após o julgamento de cada fase.
- 28.6. Se ocorrer desclassificação ou inabilitação da licitante vencedora por fatos referidos no parágrafo precedente, a contratante poderá convocar as licitantes remanescentes, obedecida a ordem de classificação final das Propostas Técnicas ou revogar esta concorrência.
- 28.7. É vedada a utilização de qualquer elemento, critério ou fato sigiloso, secreto ou reservado que possa, ainda que indiretamente, elidir o princípio da igualdade entre as licitantes. Se houver indícios de conluio entre as licitantes ou de qualquer outro ato de má-fé, a contratante comunicará os fatos verificados aos órgãos e instituições competentes para que sejam tomadas as providências devidas.
- 28.8. É proibido a qualquer licitante tentar impedir o curso normal do processo licitatório mediante a utilização de recursos ou de meios meramente protelatórios, sujeitando-se a autora às sanções legais e administrativas aplicáveis, conforme dispõe o artigo 337-I, do Capítulo II-B, do Decreto-Lei nº 2.848/1940 (Código Penal Brasileiro), incluído pela Lei Federal nº 14.133/2021.
- 28.9. Antes do aviso oficial do resultado da concorrência, não serão fornecidas, a quem quer que seja, quaisquer informações referentes à adjudicação do contrato ou à análise, avaliação ou comparação entre as Propostas.
- 28.10. Mediante parecer escrito e devidamente fundamentado, esta concorrência será anulada se ocorrer ilegalidade em seu processamento e poderá ser revogada, em qualquer de suas fases, por razões de interesse público decorrente de fato superveniente devidamente comprovado, pertinente e suficiente para justificar tal conduta.
- 28.11. A nulidade do procedimento licitatório induz à do contrato, sem prejuízo do disposto no parágrafo único do artigo 148, da Lei Federal nº 14.133/2021.
- 28.12. A contratante poderá cancelar de pleno direito a Nota de Empenho que vier a ser emitida em decorrência desta licitação, bem como rescindir o contrato, independentemente de interpelação judicial ou extrajudicial, desde que motivado o ato e assegurados à contratada o contraditório e a ampla defesa, caso a adjudicação seja anulada, em virtude de qualquer dispositivo legal que a autorize.
- 28.13. Antes da data marcada para o recebimento dos invólucros com as Propostas Técnica e de Preços, a Comissão Permanente de Licitação poderá, por motivo de interesse público, por sua iniciativa, em consequência de solicitações de esclarecimentos ou de impugnações, alterar o Edital, ressalvado que será reaberto o prazo inicialmente estabelecido para apresentação das Propostas, exceto quando, inquestionavelmente, a alteração não afetar a formulação das Propostas.
- 28.14. Correrão por conta da contratante as despesas que incidirem sobre a formalização do contrato, incluídas as decorrentes de sua publicação, que



deverá ser efetivada em extrato, no Diário Oficial, na forma prevista no parágrafo único do artigo 91, da Lei Federal nº 14.133/2021.

- 28.15. As questões suscitadas pelo Edital que não puderem ser dirimidas administrativamente pela Comissão Permanente de Licitação serão submetidas a análise judicial.
- 28.16. Na contagem dos prazos estabelecidos neste Edital, excluir-se-á o dia do começo e incluir-se-á o do vencimento, nos termos do artigo 183, inciso III, da Lei Federal nº 14.133/2021
- 28.17. Os prazos estabelecidos neste Edital só se iniciam e vencem em dias de expediente da CMC.
- 28.18. Este Edital e seus anexos, bem como a Proposta vencedora, farão parte integrante do contrato – ANEXO V, como se nele estivessem transcritos.
- 28.19. O conteúdo deste Edital e de seus anexos, bem como outros documentos que forem emitidos pela CMC e fornecidos às licitantes, são complementares entre si, devendo ser interpretados conforme os princípios que regem as licitações públicas.
- 28.20. Este edital é composto pelos seguintes documentos:
- 28.20.1. ANEXO I – TERMO DE REFERÊNCIA;
 - 28.20.2. ANEXO II – TERMO DE RESPONSABILIDADE E CONFIDENCIALIDADE;
 - 28.20.3. ANEXO III – METODOLOGIA PARA SELEÇÃO INTERNA DE AGÊNCIAS;
 - 28.20.4. ANEXO IV – CARTA DE CREDENCIAMENTO;
 - 28.20.5. ANEXO V – MINUTA DO CONTRATO;
 - 28.20.6. ANEXO VI – MODELO DE DECLARAÇÃO;
 - 28.20.7. ANEXO VII – REQUERIMENTO DO BENEFÍCIO DE TRATAMENTO DIFERENCIADO E DECLARAÇÃO DE ME E EPP;
 - 28.20.8. ANEXO VIII – TERMO ANTICORRUPÇÃO;
 - 28.20.9. ANEXO IX – MODELO DE PROPOSTA DE PREÇOS;
 - 28.20.10. ANEXO X – DECLARAÇÃO DE CAPACIDADE TÉCNICA;
 - 28.20.11. ANEXO XI - MODELOS DE NOTAS E PESOS - PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA;
 - 28.20.12. ANEXO XII - MODELOS DE NOTAS E PESOS - CONJUNTO DE INFORMAÇÕES DO PROPONENTE;
 - 28.20.13. ANEXO XIII - BRIEFING.
 - 28.20.14. ANEXO XIV – ESTUDO TÉCNICO PRELIMINAR

29. DO FORO

- 29.1. Competente o Foro da comarca de Cuiabá – Justiça Estadual – para dirimir quaisquer questões oriundas da presente licitação.

CUIABÁ, 5 de março de 2024.

RUBENS VUOLO JUNIOR

Secretário de Gestão Administrativa

**ELIZANGELA TENORIO PEREIRA
ROSA**

Secretária de Comunicação



ANEXO I
Termo de Referência

INFORMAÇÕES PRIMÁRIAS SOBRE A DESPESA	
1. Órgão: Câmara Municipal de Cuiabá	2. Termo de Referência/Projeto Básico TR Nº. 011/2024 – Serviço de publicidade
3. Número da Unidade Orçamentária: 001	4. Descrição de Categoria de Investimento: Serviços de Terceiros

FUNDAMENTAÇÃO MÍNIMA PARA AQUISIÇÃO DO SERVIÇO

1. IDENTIFICAÇÃO DA DEMANDA

1.1. Documento de Solicitação: C.I Nº 001/2024, encaminhada pela Secretaria de Comunicação, em 18 de janeiro de 2024.

2. OBJETO

- 2.1. Contratação de até 3 (três) agências de propaganda, para a prestação de serviço de publicidade para a Câmara Municipal de Cuiabá, sem segregação em lotes, itens ou contas publicitárias, cujas atividades têm por objetivo: estudo, planejamento, conceituação, concepção, criação, intermediação, supervisão, execução de estratégias, e ações de publicidade e atividades complementares, com a finalidade de dar publicidade e divulgar as políticas públicas, divulgar as ações de governo do Poder Legislativo Municipal, para informar o público em geral, assim como a distribuição da comunicação aos veículos e demais meios de divulgação, conforme art 37, §1º da Constituição Federal.
- 2.2. Os serviços de publicidade contratados terão por objeto somente as atividades previstas no Artigo 2º, da Lei nº 12.232/2010, sendo vedada a inclusão de quaisquer outras atividades, em especial as de assessoria de imprensa, comunicação e relações públicas, de patrocínio ou as que tenham por finalidade a realização de eventos festivos de qualquer natureza, bem como as de pesquisas de opinião que contém em seu bojo assuntos eleitorais e/ou políticos.
- 2.3. Compreende-se como ação publicitária, o conjunto de peças e materiais publicitários concebidos e desenvolvidos pela agência de propaganda, mediante demanda do anunciante, com o intuito de atender ao princípio da publicidade e ao direito à informação, de difundir ideias e princípios, posicionar instituições e programas, disseminar iniciativas e políticas públicas, ou informar e orientar o público em geral.
- 2.4. Compreende-se como estratégia publicitária, a elaboração e execução do plano de ações publicitárias.
- 2.5. Compreende-se como agência de propaganda, a empresa especializada na arte e na técnica publicitária, que, por meio de técnicos e especialistas, estuda, planeja, conceitua, concebe, cria, executa internamente, intermedeia e supervisiona a execução externa e distribui publicidade.
- 2.6. Compreende-se como atividades complementares, os serviços especializados pertinentes:
 - a) À produção, à execução técnica e à veiculação das peças e projetos criados, como, por exemplo, a contratação de empresa especializada para envio de material aos veículos/exibidoras (via link, SD ou outra mídia) ou



mesmo para conversão de formato e/ou extensão para veiculação em mídia específica (como no caso para exibição em cinemas), entre outros;

b) Ao planejamento e execução de pesquisas e outros instrumentos de avaliação e geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias, sobre os resultados das campanhas realizadas e das campanhas em desenvolvimento, relacionados à publicidade da Câmara Municipal de Cuiabá, como, por exemplo, a elaboração de estratégia e a contratação de serviços especializados em pesquisa pela internet, assim como a mensuração de resultados das ações de comunicação realizadas na rede, entre outros.

c) À criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com as novas tecnologias, visando à expansão dos efeitos das mensagens e das estratégias publicitárias, como, por exemplo, a elaboração e execução de ações pela internet, assim como contratação de impulsionamento (método de veiculação nas principais plataformas da rede) e de mídia programática, entre outros.

2.7. Ressalta-se que as pesquisas citadas anteriormente têm a exclusiva finalidade de:

a) Gerar conhecimento sobre o mercado ou ambiente de atuação da CMC, o público-alvo e os veículos de divulgação nos quais serão difundidas as campanhas ou peças;

b) Aferir a eficácia do desenvolvimento estratégico, da criação e da divulgação de mensagens;

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

2.8. O planejamento objetiva subsidiar a proposição estratégica das ações publicitárias, tanto nos meios e veículos de divulgação tradicionais (off-line) como digitais (on-line) para alcance dos objetivos de comunicação e superação dos desafios apresentados e devem prever, sempre que possível, os indicadores e métricas para aferição, análise e otimização de resultados.

2.9. Não está contemplada no objeto a divulgação de publicidade oficial, assim entendida a publicação de documentos e informações determinadas por força de lei ou regulamento, veiculada via Diário Oficial.

2.10. Também não se abrange neste objeto as atividades de promoção, patrocínio, relações públicas, assessorias de comunicação e de imprensa e aquelas que tenham por finalidade a realização de eventos festivos.

2.10.1. Não se incluem no conceito de patrocínio os projetos de veiculação em mídia – assim entendidos os projetos de veiculação em mídia ou em instalações, dispositivos e engenhos que funcionem como veículo de divulgação – e o patrocínio de eventos esportivos, culturais ou de entretenimento comercializados por veículo de divulgação.

3. DA MODALIDADE E CRITÉRIO DE JULGAMENTO DA LICITAÇÃO

3.1. O procedimento para contratação do objeto será realizado mediante licitação na modalidade **CONCORRÊNCIA** de acordo com o art. 28, inciso II, da lei nº 14.133/21.

3.2. O critério de julgamento de licitação deverá ser **TÉCNICA E PREÇO**, na proporção de 70% para Técnica e 30% para o preço, de acordo com art. 33,



ESTADO DE MATO GROSSO
CÂMARA MUNICIPAL DE CUIABÁ

CONCORRÊNCIA
PÚBLICA
N.º 001/2024

inciso IV, da lei nº 14.133/21, obtido durante a disputa entre os fornecedores participantes do certame licitatório, conforme condição prevista neste instrumento.

4. ESPECIFICAÇÃO DO OBJETO:

ITEM	DESCRIÇÃO	UNID.	QUAN T.	Código TCE/MT
01	CONTRATAÇÃO DE ATÉ 3 (TRÊS) AGÊNCIAS DE PROPAGANDA PARA PRESTAÇÃO DE SERVIÇO DE PUBLICIDADE PARA ACÂMARA MUNICIPAL DE CUIABÁ, ATIVIDADE QUE CONSISTE EM ESTUDO, PLANEJAMENTO, CONCEITUAÇÃO, CONCEPÇÃO, CRIAÇÃO, INTERMEDIACÃO, SUPERVISÃO E EXECUÇÃO DE ESTRATÉGIAS E AÇÕES DE PUBLICIDADE E ATIVIDADES COMPLEMENTARES, ASSIM COMO A DISTRIBUIÇÃO DE COMUNICAÇÃO AOS VEÍCULOS E DEMAIS MEIOS DE DIVULGAÇÃO.	UNID.	1	406917-0
				() Igual () Similar (x) Semelhante

*Relação dos códigos descritos no Catálogo de Materiais e Serviços – TCE, em atendimento a Resolução Normativa nº 03/2017, disponível no site WWW.pug.tce.mt.gov.br/itens-padronizados.

5. DISPOSIÇÕES PRELIMINARES

- 5.1. O objeto desta contratação não se enquadra como sendo de bem de luxo;
- 5.2. O prazo de vigência da contratação é de **12 meses** contados da assinatura do instrumento contratual, podendo ser prorrogado por até 60 meses na forma dos artigos 105, 106 e 107 da Lei nº 14.133, de 2021;

6. FUNDAMENTAÇÃO E DESCRIÇÃO DA NECESSIDADE DA CONTRATAÇÃO

- 6.1 A referida aquisição está fundamentada na solicitação oriunda da Secretaria de Comunicação, dessa forma, foi elaborado o **Termo de Referência n.º 011/2024**, o qual servirá de base para a presente contratação, fundamentado com base na Lei Federal n.º 14.133, de 1 de abril de 2021 e suas alterações posteriores, além das demais legislações pertinentes e as condições e especificações estabelecidas neste instrumento.
- 6.2 A Secretaria de Comunicação da Câmara Municipal de Cuiabá tem a atribuição de divulgar, defender e consolidar a imagem institucional do Legislativo municipal, com prioridade para o esclarecimento e informação à sociedade sobre o exercício do Poder Legislativo Municipal, bem como promover campanhas informativas sobre temas de interesse público e de natureza institucional para o público em geral.
- 6.3 Entretanto, a Câmara Municipal de Cuiabá não dispõe de capacidade técnica e estrutura para atender a tais atribuições institucionais. Dessa forma, a contratação de agências de publicidade visa suprir a esta necessidade e



auxiliar no cumprimento da atribuição institucional, ampliando o acesso à informação e garantindo a realização desta em tempo hábil e com qualidade técnica.

- 6.4 Ainda, nesse sentido, aprimorar a comunicação interna e externa é objetivo previsto no Planejamento Estratégico da instituição, o qual se visa alcançar com a presente contratação, fazendo isto de forma impessoal e transparente.
- 6.5 Em consonância com o art. 37 da Constituição, a divulgação institucional da Câmara Municipal também representa o estímulo à participação da sociedade na fiscalização das atividades e demais deliberações do Ente Público.
- 6.6 Entende-se que os valores da transparência e informação cidadã demandam a comunicação com a sociedade por vários canais de comunicação. Além disso, na sociedade atual, o acesso à informação dispõe de maior dinamismo nos meios, maior rapidez e diversos formatos, devido às inovações tecnológicas. Com as novas tecnologias, a comunicação assumiu um papel de grande destaque, impactando no relacionamento interno e externo das instituições.
- 6.7 Dessa forma, utilizar o espaço dos meios de comunicação por meio da contratação de agências de publicidade e propaganda demonstra-se de vital importância para cumprir a função ético-social da Administração Pública, de levar ao conhecimento da coletividade as ações desenvolvidas na Câmara Municipal de Cuiabá e ampliar a comunicação com a sociedade.

7. DESCRIÇÃO DA SOLUÇÃO COMO UM TODO CONSIDERANDO O CICLO DE VIDA DO OBJETO

- 7.1. Trata-se de licitação visando à contratação de agência de publicidade. O serviço em apreço decorre de mandamento constitucional (Art. 37, § 1º, CF/88). Essa imposição da Carta Magna possui rito e maneira de se processar peculiar previsto em legislação própria (Lei Federal nº 12.232/2010), de modo que a administração pública fica condicionada a seguir rigorosamente os seus preceitos.
- 7.2. Assim, a descrição da solução considerando o ciclo de vida do objeto encontra-se demarcada na Constituição Federal e na supracitada lei. Segundo a inteligência do art. 37, § 1º da CF/88, a publicidade dos órgãos e entidades públicas deve ter caráter educativo, informativo e de orientação social. De igual modo, a Lei Federal nº 12.232/2010 ao delimitar o objeto da licitação também aborda essa sistemática, impondo regras a fim de que todas as nuances relativas à contratação de agências de publicidade estejam vinculadas à lei.

8. REQUISITOS DA CONTRATAÇÃO

Garantia da contratação

- 8.1. As contratadas prestarão individualmente garantia, em favor da contratante, no valor correspondente a 1% (um por cento) do valor do contrato, de acordo com o Artigo 96, da Lei Federal nº 14.133/2021, podendo cada contratada optar por uma das modalidades previstas no diploma legal citado, no prazo de 30 (trinta) dias contados a partir da data de assinatura do contrato.

9. MODELO DE EXECUÇÃO DO OBJETO



- 9.1. O contratado deve entregar à contratante, até o dia 10 (dez) do mês subsequente, relatório das despesas de produção e veiculação autorizadas no mês anterior e relatório dos serviços e mandamento, estes com os dados mais relevantes para avaliação de seu estágio.

10. RECEBIMENTO DAS PROPOSTAS E DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

- 10.1. O fornecedor será selecionado por meio da realização de licitação na modalidade **CONCORRÊNCIA PÚBLICA**, com fundamento no art. 28, inciso II, da Lei n.º 14.133/2021, que culminará com a seleção da proposta de **TÉCNICA E PREÇO**, na proporção de 70% para técnica e 30% para o preço.
- 10.2. As Propostas Técnicas e de Preços e os Documentos de Habilitação das licitantes deverão ser entregues à Comissão Permanente de Licitação em 05 (cinco) invólucros distintos e separados.
- 10.3. Os invólucros com as Propostas Técnica e de Preços serão recebidos na rua Barão de Melgaço, S/N, Centro, Cuiabá-MT – Sede da Câmara Municipal de Cuiabá (CMC), em data e horário a serem definidos posteriormente.
- 10.4. Os invólucros com os Documentos de Habilitação serão recebidos e abertos em dia, local e horário a serem designados pela Comissão Permanente de Licitação.
- 10.5. O recebimento e a abertura dos invólucros, bem como os demais procedimentos licitatórios, obedecerão ao disposto neste Termo de Referência e na legislação.

11. ENTREGA DA PROPOSTA TÉCNICA

- 11.1. A Proposta Técnica deverá ser entregue à Comissão Permanente de Licitação condicionada nos Invólucros nº 1, nº 2 e nº 3.

Invólucro nº 1

- 11.2. No **Invólucro nº 1** deverá estar condicionado o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada.
- 11.3. Só será aceito o **Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada** que estiver condicionado no invólucro padronizado, fornecido pela Comissão Permanente de Licitação, a ser retirado, exclusivamente, pela agência que o solicitar formalmente na rua Barão de Melgaço, S/N, Centro, Cuiabá-MT – Sede da Câmara Municipal de Cuiabá (CMC), no horário de funcionamento da Casa (07:30 a 13:30).
- 11.4. O **Invólucro nº 1** deverá estar sem fechamento e sem rubrica para preservar, até a abertura do Invólucro nº 2, o sigilo quanto à sua autoria.
- 11.5. O Invólucro nº 1 não poderá:
- ter nenhuma identificação;
 - apresentar informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação da licitante;
 - estar danificado ou deformado pelas peças, pelos materiais e demais documentos nele acondicionados, de modo a possibilitar a identificação da licitante.

Invólucro nº 2

- 11.6. No **Invólucro nº 2** deverá estar condicionado o Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada.
- 11.7. O **Invólucro nº 2** deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação: Invólucro nº 2 Proposta Técnica: Plano de



Comunicação Publicitária - Via Identificada Nome empresarial e CNPJ da licitante Concorrência nº 0001/2024 – Câmara Municipal de Cuiabá.

- 11.8. O Invólucro nº 2 deverá ser providenciado pela licitante e poderá ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável quanto às informações de que trata, até sua abertura.

Invólucro nº 3

- 11.9. No **Invólucro nº 3** deverão estar acondicionados a Capacidade de Atendimento, o Repertório e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação.
- 11.10. O **Invólucro nº 3** deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação: **Invólucro nº 3** Proposta Técnica: Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação Nome empresarial e CNPJ da licitante Concorrência nº 0001/2024 – Câmara Municipal de Cuiabá.
- 11.11. O **Invólucro nº 3** deverá ser providenciado pela licitante e poderá ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável quanto às informações de que trata, até sua abertura.
- 11.12. O **Invólucro nº 3** não poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, que possibilite a identificação da autoria deste, antes da abertura do Invólucro nº 2.
- 11.13. A licitante deverá apresentar sua Proposta Técnica estruturada de acordo com os quesitos e subquesitos a seguir:

QUESITOS	SUBQUESITOS
I – Plano de Comunicação Publicitária	<input type="checkbox"/> Raciocínio Básico <input type="checkbox"/> Estratégias de Comunicação Publicitária <input type="checkbox"/> Ideia Criativa <input type="checkbox"/> Estratégia de Mídia e não mídia
II – Capacidade de atendimento	
III - Repertório	
IV – Relatos de solução de problemas de comunicação	

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

- 11.15. **Quesito 1 - Plano de Comunicação Publicitária** – Via Não Identificada: para sua apresentação, a licitante deverá levar em conta as seguintes orientações:

- em caderno único, orientação retrato e com espiral preto colocado à esquerda;
- capa e contracapa em papel A4, branco, com 90 gr/m², ambas em branco;
- conteúdo impresso em papel A4, branco, com 75 gr/m², orientação retrato;
- espaçamentos de 3 cm na margem esquerda e 2 cm na direita, a partir das respectivas bordas;
- títulos, entretítulos, parágrafos e linhas subsequentes sem recuos;
- espaçamento simples entre as linhas e, opcionalmente, duplo após títulos e entretítulos e entre parágrafos;
- alinhamento justificado do texto;
- texto e numeração de páginas em fonte Arial, cor preta, tamanho de 12 pontos;



- i) numeração de todas as páginas, no centro inferior, pelo editor de textos, a partir da primeira página interna, em algarismos arábicos;
- j) sem identificação da licitante.
- 11.16. Os subquestos Raciocínio Básico e Estratégia de Comunicação Publicitária poderão ter gráficos, quadros, tabelas e/ou planilhas, observadas as seguintes orientações:
- a) poderão ser editados em cores;
- b) os dados e informações deverão ser editados na fonte Arial e poderão ter tamanho entre 08 e 12 pontos;
- c) as páginas em que estiverem inseridos poderão ser:
- c1) apresentadas em papel A3 dobrado. Nesse caso, cada folha de papel A3 será computada como 2 (duas) páginas de papel A4;
- c2) impressas na orientação paisagem.
- 11.17. Os gráficos, quadros, tabelas ou planilhas integrantes do subquesto Estratégia de Mídia e Não Mídia poderão:
- I - ser editados em cores;
- II - ter fontes e tamanhos de fonte habitualmente utilizados nesses documentos;
- III - ter qualquer tipo de formatação de margem;
- IV - ser apresentados em papel A3 dobrado.
- 11.18. As páginas em que estiverem inseridos os gráficos, tabelas e planilhas desse subquesto poderão ser impressas na orientação paisagem.
- 11.19. Os exemplos de peças integrantes do subquesto Ideia Criativa deverão ser apresentados separadamente do caderno. Esses exemplos deverão adequar-se às dimensões do Invólucro nº 1.
- 11.20. O Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada não poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação de sua autoria, antes da abertura do Invólucro nº 2.
- 11.21. Os textos do Raciocínio Básico, da Estratégia de Comunicação Publicitária e da relação e descrição das peças publicitárias estão limitados, no conjunto, a 10 (dez) páginas.
- 11.22. Os textos da Estratégia de Mídia e Não Mídia não têm limitação quanto ao número de páginas.
- 11.23. Para fins desta concorrência, consideram-se como não mídia os meios publicitários (off-line ou on-line) que não implicam a compra de espaço ou tempo em veículos de divulgação para a transmissão de mensagens a públicos determinados.
- 11.24. Poderão ser utilizadas páginas isoladas com a finalidade de indicar o Plano de Comunicação Publicitária e seus subquestos.
- 11.25. Essas páginas não serão computadas no limite de página previsto.
- 11.26. A licitante deverá apresentar o Plano de Comunicação Publicitária com base no Briefing, observadas as seguintes orientações:
- 11.27. **Subquesto 1 - Raciocínio Básico** - apresentação em que a licitante descreverá:
- a) análise das características e especificidades do contratante e do seu papel no contexto no qual se insere;
- b) diagnóstico relativo às necessidades de comunicação publicitária identificadas;
- c) compreensão do desafio e dos objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing.
- 11.28. **Subquesto 2 - Estratégia de Comunicação Publicitária** - apresentação e defesa da Estratégia proposta pela licitante para superar o



desafio e alcançar os objetivos de comunicação, com base no Briefing, compreendendo:

- a) explicitação e defesa do partido temático e do conceito que fundamentam a proposta de solução publicitária;
 - b) proposição e defesa dos pontos centrais da Estratégia de Comunicação Publicitária, especialmente: o que dizer; a quem dizer; como dizer; quando dizer e que meios, instrumentos ou ferramentas de divulgação utilizar.
- 11.29. **Subquestito 3 - Ideia Criativa** - apresentação da proposta de campanha publicitária, contemplando os seguintes conteúdos:
- a) relação de todas as peças publicitárias que a licitante julga necessárias para superar o desafio e alcançar os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing, com a descrição de cada uma;
 - b) exemplos das peças, constantes da relação prevista na alínea anterior, que a licitante julga mais adequadas para corporificar e ilustrar objetivamente sua proposta de campanha publicitária.
- 11.30. A relação e descrição de todas as peças publicitárias que a licitante julga necessárias para superar o desafio e alcançar os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing está circunscrita à especificação de cada peça publicitária, à explicitação de sua finalidade e suas funções táticas na campanha proposta.
- 11.31. Se a campanha proposta pela licitante previr número de peças publicitárias superior ao limite estabelecido, que podem ser apresentadas fisicamente como exemplos, a relação e descrição de peças mencionada anteriormente deverá ser elaborada em dois blocos: um para as peças apresentadas como exemplos e outro para as demais.
- 11.32. Os exemplos de peças publicitárias de que trata a alínea 'b' do subquestito 3 estão limitados a 10 (dez), independentemente do meio de divulgação, do seu tipo ou de sua característica, e poderão ser apresentados sob a forma de:
- a) roteiro, layout ou storyboard impressos, para qualquer meio;
 - b) 'monstro' ou layout eletrônico, para o meio rádio;
 - c) storyboard animado ou animatic, para os meios TV, cinema e internet;
 - d) 'boneco' ou layout montado dos materiais de não mídia.
- 11.33. As peças gráficas poderão ser impressas em tamanho real ou reduzido, desde que não haja prejuízo em sua leitura, sem limitação de cores, com ou sem suporte ou passe-partout. Peças que não se ajustem às dimensões do Invólucro nº 1 poderão ser dobradas.
- 11.34. Na elaboração de 'monstro' ou layout eletrônico para o meio rádio poderão ser inseridos todos os elementos de referência, tais como trilha sonora, ruídos de ambientação, voz de personagens e locução.
- 11.35. Na elaboração do storyboard animado ou animatic poderão ser inseridas fotos e imagens estáticas, além de trilha sonora, voz de personagens e locução, não podendo ser inseridas imagens em movimento.
- 11.36. O 'monstro' ou layout eletrônico, e o storyboard animado ou animatic, deverão ser apresentados em um único CD, DVD ou pen drive, executáveis em sistema operacional Windows.
- 11.37. Nessas mídias de apresentação (CD, DVD ou pen drive), não poderão constar informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação da licitante, ou de qualquer anunciante, somente a marca do seu fabricante.
- 11.38. Os exemplos não serão avaliados sob os critérios utilizados para peças finalizadas, mas apenas como referências das propostas a serem



produzidas, independente da forma escolhida pela licitante para a apresentação.

- 11.39. Para facilitar seu cotejo, cada exemplo deverá trazer indicação do tipo de peça (exemplos: cartaz, filme TV, spot rádio, anúncio revista, banner internet), de acordo com as seguintes orientações:
- 11.40. a) texto em fonte Arial, cor preta, tamanho de 12 pontos;
- 11.41. b) nos casos de “monstro” ou layout eletrônico e de storyboard animado ou animatic, que deverão ser apresentados em um único CD, DVD ou pen drive, a indicação do tipo de peça deve ocorrer nos nomes dos arquivos salvos, uma vez que essa mídia deve ser apresentada na condição original, somente com a marca do fabricante, conforme descrito anteriormente.
- 11.42. Para fins de cômputo das peças que poderão ser apresentadas fisicamente como exemplos, até o limite de 10 (dez), devem ser observadas as seguintes regras:
- a) as reduções e variações de formato serão consideradas como novas peças;
- b) cada peça apresentada como parte de um kit será computada no referido limite;
- c) uma peça sequencial, para qualquer meio (a exemplo de anúncio para revista e jornal, banner de internet e painéis sequenciais de mídia exterior, tais como outdoor, envelopamento de veículo, adesivagem de finger, entre outros), será considerada 01 (uma) peça, se o conjunto transmitir mensagem única;
- d) um hotsite e todas as suas páginas serão considerados 01 (uma) peça;
- e) um filme e o hotsite que o hospeda serão considerados 02 (duas) peças;
- f) um banner e o hotsite por ele direcionado serão considerados 02 (duas) peças.
- 11.43. Na apresentação de proposta de hotsite, não podem ser inseridos vídeos ou imagens em movimento.
- 11.44. **Subquestito 4 - Estratégia de Mídia e Não Mídia** - constituída de apresentação e defesa das soluções de mídia e não mídia recomendadas, em consonância com a Estratégia de Comunicação Publicitária proposta, contemplando:
- I. estratégia de mídia: proposição e defesa dos meios e dos recursos próprios de comunicação do contratante a serem utilizados para o alcance dos objetivos da campanha, sob a forma de textos, tabelas, gráficos ou planilhas;
 - II. tática de mídia: detalhamento da estratégia de mídia, por meio da apresentação e defesa dos critérios técnicos considerados na seleção dos veículos de divulgação e na definição dos respectivos investimentos, dos formatos e períodos de veiculação, sob a forma de textos, tabelas, gráficos ou planilhas;
 - III. plano de mídia: composto por planilhas de programação das inserções sugeridas, contendo os valores por veículos de divulgação, formatos das peças, períodos de veiculação, quantidade de inserções, nomes de programas, faixas horárias, custos relativos (CPM, CPP, CPC etc.) e demais informações que a licitante considerar relevantes;
 - IV. simulação dos parâmetros de cobertura e frequência previstos no plano de mídia (para os meios em que seja possível a mensuração dessas variáveis), sob a forma de textos, tabelas, gráficos ou planilhas.



- 11.45. Todas as peças publicitárias, que integrarem a relação deverão estar contempladas na Estratégia de Mídia e Não Mídia proposta.
- 11.46. O plano de mídia proposto deverá apresentar um resumo geral com informações sobre, pelo menos:
- a) o período de veiculação, exposição ou distribuição das peças publicitárias;
 - b) as quantidades de inserções das peças em veículos de divulgação;
 - c) os valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em veículos de divulgação, separadamente por meios;
 - d) os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção e na execução técnica de cada peça publicitária destinada a veículos de divulgação;
 - e) as quantidades a serem produzidas de cada peça publicitária de não mídia;
 - f) os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção de cada peça publicitária de não mídia;
 - g) os valores (absolutos e percentuais) alocados na distribuição de cada peça publicitária de não mídia.
 - h) os valores (absolutos e percentuais) alocados no desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias.
- 11.47. Nessa simulação:
- a) os preços das inserções em veículos de comunicação deverão ser os de tabela cheia, vigentes na data de publicação do Aviso de Licitação;
 - b) deverá ser desconsiderado o repasse de parte do desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do Artigo 11 da Lei nº 4.680/1965;
 - c) deverão ser desconsiderados os custos internos e os honorários sobre todos os serviços de fornecedores e veículos.
 - d) para veículos de comunicação e divulgação que não atuem com tabelas de preços públicas, mas que possam ser considerados como formas inovadoras de comunicação (tais como mídia programática, trading desks e redes sociais) a licitante deverá informar o montante de investimento proposto a ser utilizado com essas ferramentas no âmbito de sua estratégia, assim como para o alcance dos objetivos previamente estabelecidos, definindo em sua proposta quais métricas serão utilizadas para atingi-los (ex: cpm, true views, taxa de impressão, geração de leads, custo por alcance, cpc, cpe, custo por visualização de vídeo, custo por curtida, entre outros). Para fins desta licitação, a publicidade em plataformas digitais, a exemplo da programação de publicidade nas redes sociais Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn e Youtube, está inserida no conceito de forma inovadora de comunicação.
- 11.48. **O Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada** deverá constituir-se em cópia do Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada, sem os exemplos de peças publicitárias da Ideia Criativa, com a finalidade de proporcionar a correlação segura de autoria, observadas as seguintes características:
- I - ter a identificação da licitante;
 - II - ser datado;
 - III - estar assinado na última página e rubricado nas demais, por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.
- 11.49. **Quesito 2 - Capacidade de Atendimento:** a licitante deverá apresentar as informações que constituem o quesito em caderno específico, orientação retrato, com ou sem uso de cores, em formato A4, ou A3 dobrado, numerado sequencialmente a partir da primeira página interna, rubricado em



todas as páginas e assinado na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

- 11.50. O caderno específico mencionado não poderá apresentar informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, que possibilite a identificação da autoria deste, antes da abertura do Invólucro nº 2.
- 11.51. A Capacidade de Atendimento será constituída de textos, tabelas, quadros, gráficos, planilhas, diagramas, fotos e outros recursos, por meios dos quais a licitante deverá apresentar:
- a) relação nominal dos seus principais clientes à época da licitação, com a especificação do início de atendimento de cada um deles;
 - b) quantificação e qualificação, sob a forma de currículo resumido (no mínimo, nome, formação acadêmica e experiência), dos profissionais que poderão ser colocados à disposição da execução do contrato, discriminando-se as respectivas áreas de atuação;
 - c) infraestrutura e instalações da licitante que estarão à disposição do contratante para a execução do contrato;
 - d) sistemática operacional de atendimento na execução do contrato;
 - e) relação das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que colocará regularmente à disposição do contratante, sem ônus adicionais, na vigência do contrato.
- 11.52. **Quesito 3 - Repertório:** a licitante deverá apresentar os documentos, as informações e as peças que constituem o quesito em caderno específico, orientação retrato, com ou sem uso de cores, em formato A4, ou A3 dobrado, numerado sequencialmente a partir da primeira página interna, rubricado em todas as páginas e assinado na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.
- 11.53. Os documentos, as informações e as peças mencionadas no subitem precedente não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, que possibilite a identificação da autoria deste, antes da abertura do Invólucro nº 2.
- 11.54. O Repertório será constituído de peças publicitárias concebidas e veiculadas, expostas ou distribuídas pela licitante.
- 11.55. A licitante deverá apresentar 10 (dez) peças publicitárias, independentemente do seu tipo ou característica e da forma de sua veiculação, exposição ou distribuição.
- 11.56. As peças publicitárias devem ter sido veiculadas, expostas ou distribuídas a partir de 1º de janeiro de 2017.
- 11.57. As peças eletrônicas deverão ser fornecidas em um único DVD, CD ou pen drive, executáveis no sistema operacional Windows, podendo integrar o caderno específico ou ser apresentadas soltas.
- 11.58. As peças gráficas poderão integrar o caderno específico ou ser apresentadas soltas. Em todos os casos, deverá ser preservada a capacidade de leitura das peças e indicadas suas dimensões originais.
- 11.59. Se apresentadas soltas, as peças poderão ter qualquer formato, dobradas ou não. Para cada peça publicitária deverá ser apresentada ficha técnica com a indicação sucinta do problema que se propôs a resolver e a identificação da licitante e de seu cliente, título, data de produção, período



- de veiculação, exposição ou distribuição e, no caso de veiculação, menção de pelo menos um veículo que divulgou a peça.
- 11.60. As peças publicitárias não podem referir-se a trabalhos solicitados ou aprovados pelo contratante, no âmbito de seus contratos com agência de propaganda.
- 11.61. **Quesito 4 - Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação:** a licitante deverá apresentar os documentos, as informações e as peças que constituem o quesito em caderno específico, orientação retrato, com ou sem uso de cores, em formato A4, numerado sequencialmente a partir da primeira página interna, rubricado em todas as páginas e assinado na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.
- 11.62. Os documentos, as informações e as peças mencionadas no subitem precedente não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, que possibilite a identificação da autoria deste, antes da abertura do Invólucro nº 2.
- 11.63. A licitante deverá apresentar 02 (dois) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, cada um com o máximo de 02 (duas) páginas, em que serão descritas soluções publicitárias propostas pela licitante e implementadas por seus clientes, na superação de desafios de comunicação. Cada Relato:
- I – deverá ser elaborado pela licitante, em papel que a identifique;
 - II – deverá contemplar nome, cargo ou função e assinatura de funcionário da licitante responsável por sua elaboração;
 - III - não pode referir-se a ações publicitárias solicitadas ou aprovadas pelo contratante, no âmbito de seus contratos com agência de propaganda;
 - IV – deverá estar formalmente validado pelo respectivo cliente, de forma a atestar sua autenticidade.
- 11.64. A validação deverá ser feita em documento apartado dos relatos, o qual não entrará no cômputo do número de página. No documento de validação constará, além do ateste dos relatos, o número do contrato, o nome empresarial do cliente, o nome do signatário, seu cargo/função e sua assinatura.
- 11.65. Os Relatos devem ter sido implementados a partir de 1º de janeiro de 2017.
- 11.66. É permitida a inclusão de até 03 (três) peças publicitárias, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça, em cada Relato, observando-se as seguintes regras:
- I - as peças eletrônicas deverão ser fornecidas em um único DVD, CD ou pen drive, executáveis no sistema operacional Windows, podendo integrar o caderno específico ou ser apresentadas soltas;
 - II - as peças gráficas poderão integrar o caderno específico, em papel A4 ou A3 dobrado, ou ser apresentadas soltas, em qualquer formato, dobradas ou não. Em todos os casos, deverá ser preservada a capacidade de leitura das peças e indicadas suas dimensões originais;
 - III - para cada peça publicitária, deverá ser apresentada ficha técnica com a indicação sucinta do problema que se propôs a resolver.
- 11.67. A ficha técnica de cada peça deverá compor o limite de páginas estabelecido para descrição do Relato.

12. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS



- 12.1. O critério de julgamento para a classificação das licitantes será o de "**Técnica e Preço**", nos termos do Artigo 5º, da Lei Federal nº 12.232/2010 e dos Artigos 33, 34 e 35 da Lei Federal nº 14.133/2021, estabelecido o peso 70 para a Proposta Técnica e o peso 30 para a Proposta de Preços.
- 12.2. A Subcomissão Técnica, designada posteriormente por meio de Portaria, analisará as Propostas Técnicas das licitantes quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Termo de Referência.
- 12.3. Serão levados em conta pela Subcomissão Técnica, como critério de julgamento técnico, os seguintes atributos da Proposta Técnica, em cada quesito ou subquesito:

12.4. Quesito 1 - Plano de Comunicação Publicitária

Subquesito 1 - Raciocínio Básico

- a) a acuidade demonstrada na análise das características e especificidades do contratante e do contexto de sua atuação;
- b) a pertinência dos aspectos relevantes e significativos apresentados, relativos às necessidades de comunicação publicitária identificadas;
- c) a assertividade demonstrada na análise do desafio de comunicação a ser superado pelo contratante e no entendimento dos objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing.

Subquesito 2 - Estratégia de Comunicação Publicitária

- b) a adequação do partido temático e do conceito à natureza e às atividades do contratante, bem como ao desafio e aos objetivos de comunicação;
- b) a consistência da argumentação em defesa do partido temático e do conceito;
- c) as possibilidades de interpretações positivas do conceito para a comunicação publicitária do contratante com seus públicos;
- d) a consistência técnica dos pontos centrais da Estratégia de Comunicação Publicitária proposta;
- e) a capacidade da licitante de articular os conhecimentos sobre o contratante, o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing;
- f) a exequibilidade da Estratégia de Comunicação Publicitária, considerada a verba referencial.

Subquesito 3 - Ideia Criativa

- a) o alinhamento da campanha com a Estratégia de Comunicação Publicitária;
- b) a pertinência da solução criativa com a natureza do contratante, com o desafio e com os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing;
- c) a adequação das peças publicitárias ao perfil dos segmentos de público-alvo;
- d) a compatibilidade das peças publicitárias com os meios e veículos de divulgação a que se destinam;
- e) a originalidade da solução criativa e a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;
- f) a clareza e precisão das mensagens e a adequação da linguagem com os públicos-alvo;
- g) a exequibilidade das peças e de todos os elementos propostos, com base na verba referencial para investimento.

Subquesito 4 - Estratégia de Mídia e Não Mídia



- a) a adequação da Estratégia de Mídia e Não Mídia com as características da ação publicitária, com a verba referencial para investimento e com o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing;
- b) a consistência técnica demonstrada na proposição e defesa da estratégia, da tática e do plano de mídia;
- c) a consistência do conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público-alvo da campanha publicitária;
- d) a adequação da proposta no uso dos recursos próprios de comunicação do contratante e seu alinhamento com a Estratégia de Mídia e Não Mídia;
- e) o grau de eficiência e a economicidade na utilização da verba referencial para investimento, demonstrados na simulação dos parâmetros de cobertura e frequência.

12.5. Quesito 2 - Capacidade de Atendimento

- a) o porte e a tradição dos clientes, como anunciantes publicitários, e o período de atendimento a cada um;
- b) a experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias e a adequação das quantificações e qualificações desses profissionais às necessidades de comunicação publicitária do contratante;
- c) a adequação da infraestrutura e das instalações que estarão à disposição do contratante na execução do contrato;
- d) a funcionalidade do relacionamento operacional entre o contratante e a licitante;
- e) a relevância e utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que a licitante colocará regularmente à disposição do contratante.

12.6. Quesito 3 - Repertório

- a) a originalidade da solução criativa e sua adequação à natureza do cliente, ao público-alvo e ao desafio de comunicação;
- b) a clareza e precisão das mensagens e a adequação da linguagem às características dos meios e públicos-alvo;
- c) a qualidade da produção, da execução e do acabamento das peças.

12.7. Quesito 4 - Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

- a) a evidência de planejamento estratégico por parte da licitante na proposição da solução publicitária;
- b) a demonstração de que a solução publicitária contribuiu para o alcance dos objetivos de comunicação do cliente;
- c) a complexidade do desafio de comunicação apresentado no Relato e a relevância dos resultados obtidos;
- d) o encadeamento lógico da exposição do Relato pela licitante.

12.8. A pontuação da Proposta Técnica está limitada a 100 (cem) e será apurada segundo a metodologia a seguir.

12.9. Para estabelecimento da pontuação de cada quesito e subquesito, cada membro da Subcomissão Técnica realizará um exame comparativo entre as propostas apresentadas pelas licitantes e a gradação das pontuações atribuídas refletirá o maior ou menor grau de adequação de cada proposta e aos critérios de julgamento técnico estabelecidos neste Termo de Referência.



12.10. Aos quesitos ou subquesitos serão atribuídos, no máximo, os seguintes pontos:

NOTA PROPOSTA TÉCNICA		
ITEM	QUESITOS/SUBQUESITOS	PONTUAÇÃO MÁXIMA
1	Plano de Comunicação Publicitária	55
I	Raciocínio Básico	5
II	Estratégia de Comunicação Publicitária	20
III	Ideia Criativa	20
IV	Estratégia de Mídia e não Mídia	10
2	Capacidade de Atendimento	25
3	Repertório	10
4	Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	10
TOTAL		100

- 12.11. Se a licitante não observar as quantidades estabelecidas para apresentação do Repertório e dos Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, sua pontuação máxima, nesses quesitos, será proporcional às quantidades por ela apresentadas, sendo a proporcionalidade obtida mediante a aplicação de regra de três simples, em relação às respectivas pontuações máximas previstas.
- 12.12. A pontuação de cada quesito corresponderá à média aritmética dos pontos atribuídos por cada membro da Subcomissão Técnica, considerando-se 02 (duas) casas decimais.
- 12.13. A Subcomissão Técnica reavaliará a pontuação atribuída a um quesito ou subquesito sempre que a diferença entre a maior e a menor pontuação for superior a 20% (vinte por cento) da pontuação máxima do quesito ou do subquesito, com o fim de restabelecer o equilíbrio das pontuações atribuídas, em conformidade com os critérios objetivos previstos neste Termo de Referência.
- 12.14. Persistindo a diferença de pontuação prevista após a reavaliação do quesito ou subquesito, os membros da Subcomissão Técnica, autores das pontuações consideradas destoantes, deverão registrar em ata as razões que os levaram a manter a pontuação atribuída ao quesito ou subquesito reavaliado, que será assinada por todos os membros da Subcomissão e passará a compor o processo desta licitação.
- 12.15. Será desclassificada a Proposta Técnica que incorrer em qualquer uma das seguintes situações:
- apresentar qualquer informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação da autoria do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, antes da abertura do Invólucro nº 2;
 - não alcançar, no total, 80 (oitenta) pontos;
 - obtiver pontuação zero em qualquer um dos quesitos ou subquesitos.
- 12.16. Poderá ser desclassificada a Proposta Técnica que não atender às demais exigências do Edital, a depender da gravidade da ocorrência.
- 12.17. A Pontuação Técnica de cada Licitante corresponderá à soma dos pontos dos 04 (quatro) quesitos: Plano de Comunicação Publicitária, Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação.



- 12.18. A Pontuação Técnica da Licitante será considerada na identificação do seu Índice Técnico, no julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços (na composição da Nota Final Geral).

13. ENTREGA DA PROPOSTA DE PREÇOS

- 13.1. **No Invólucro nº 4** deverá estar acondicionada a Proposta de Preços das licitantes.
- 13.2. O Invólucro nº 4 deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:
Invólucro nº 4 Proposta de Preços Nome empresarial e CNPJ da licitante Concorrência nº 001/2024 – Câmara Municipal de Cuiabá.
- 13.3. O Invólucro nº 4 deverá ser providenciado pela licitante e poderá ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável quanto às informações de que trata, até sua abertura.

14. APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇO

- 14.1. A Proposta de Preços da licitante deverá ser elaborada de acordo com o Modelo de Proposta de Preços e apresentada em caderno único, em papel que a identifique, com suas páginas numeradas sequencialmente, sem emendas ou rasuras, datada, assinada na última página e rubricada nas demais, por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.
- 14.2. O prazo de validade da Proposta de Preços deverá ser de, no mínimo, 120 (cento e vinte) dias corridos, contados de sua apresentação. Caso a licitante fixe um prazo de validade inferior ao exigido ou, ainda, esteja com o prazo de validade de sua proposta expirado na sessão de abertura dos invólucros com as Propostas de Preços, a Comissão Permanente de Licitação realizará com ela diligência nos termos do § 2º, do art. 59, da Lei Federal nº 14.133/2021, como forma de prorrogar validade da proposta vencida.
- 14.3. A licitante que não aceitar prorrogar o prazo de validade expirado na abertura dos invólucros com as Propostas de Preços ou antes do encerramento do certame será desclassificada.

15. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS DE PREÇOS

- 15.1. O critério de julgamento para a classificação das licitantes será o de "**Técnica e Preço**", nos termos do Artigo 5º, da Lei Federal nº 12.232/2010 e dos Artigos 33, 34 e 35, da Lei Federal nº 14.133/2021, estabelecido o **peso 70 para a Proposta Técnica e o peso 30 para a Proposta de Preços**.
- 15.2. As Propostas de Preços das licitantes classificadas no julgamento das Propostas Técnicas serão analisadas quanto ao atendimento das condições estabelecidas no Edital. Será desclassificada a Proposta de Preços que apresentar preços baseados em outra Proposta ou que contiver qualquer condicionante para a entrega dos bens e serviços. Se houver divergência entre o percentual expresso em algarismos e o expresso por extenso, a Comissão Permanente de Licitação considerará o preço por extenso.
- 15.3. O desconto sobre a tabela de custos internos, desenvolvida pelo Sindicato das Agências de Publicidade do Estado de Mato Grosso (SINAPRO-MT), é item de pontuação, conforme consta a seguir:
50% de desconto – 50 pontos;



**ESTADO DE MATO GROSSO
CÂMARA MUNICIPAL DE CUIABÁ**

CONCORRÊNCIA
PÚBLICA
N.º 001/2024

- de 35% a 49% – 40 pontos;
- de 30% a 34% – 30 pontos;
- de 25% a 29% – 20 pontos;
- abaixo de 25% – 10 pontos.

- 15.4. O honorário sobre o preço faturado pelos fornecedores de produção também é item de pontuação:
- até 5% sobre o valor faturado pelo fornecedor – 50 pontos;
 - de 6% a 7% sobre o valor faturado pelo fornecedor – 40 pontos;
 - de 8% a 10% sobre o valor faturado pelo fornecedor – 30 pontos;
 - de 11% a 13% sobre o valor faturado pelo fornecedor – 20 pontos;
 - entre 14% e 15% sobre o valor faturado pelo fornecedor – 10 pontos.
- 15.5. Serão consideradas as melhores propostas comerciais aquelas que atingirem as maiores pontuações por meio da fórmula abaixo:
- NPP = D1 + D2
NPP – Nota da Proposta de Preços
D1 – Pontuação do desconto sobre a Tabela de Custos Internos (SINAPRO-MT)
D2 – Pontuação do desconto sobre o honorário de produção.

16. JULGAMENTO FINAL DAS PROPOSTAS TÉCNICAS E DE PREÇOS

- 16.1. A pontuação final será obtida por meio de média aritmética ponderada, observando os pesos definidos para as duas notas finais (Nota da Proposta Técnica e Nota da Proposta de Preços), conforme a fórmula abaixo.

$$\text{NFG} = \frac{(\text{NPT} \times 7) + (\text{NPP} \times 3)}{7+3}$$

NFG – Nota Final Geral

NPT – Nota da Proposta Técnica

7 – peso 70 estabelecido à nota da Proposta Técnica

NPP – Nota da Proposta de Preços

3 – peso 30 estabelecido à nota da Proposta de Preços

- 16.2. Havendo empate, o desempate se dará por meio da atribuição da maior nota aos quesitos da Proposta Técnica, na seguinte ordem:
- 1) Estratégia de Comunicação Publicitária;
 - 2) Ideia Criativa;
 - 3) Raciocínio Básico;
 - 4) Estratégia de Mídia e Não Mídia.
- 16.3. Após a utilização do critério de desempate, persistindo o empate, a decisão será feita através de sorteio.
- 16.4. Não se considerará qualquer outra oferta e vantagem não prevista no Edital, nem percentual de desconto ou vantagem, baseados em ofertas de outras licitantes.
- 16.5. Não se admitirá proposta que apresente preços simbólicos, irrisórios ou de valor zero, incompatíveis com os preços de mercado.
- 16.6. Serão vencedoras desta concorrência **as 04 (quatro) licitantes** que mantiverem as condições de participação estabelecidas anteriormente e que:
- a) tenham obtido a maior Nota Final Geral (NFG); e
 - b) tenham sido habilitadas.

17. ENTREGA DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO



- 17.1. Os Documentos de Habilitação deverão ser entregues à Comissão Permanente de Licitação pelas licitantes classificadas no julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços, no dia, hora e local previstos na convocação da sessão a ser realizada para esse fim.
- 17.2. A licitante classificada que não apresentar os Documentos de Habilitação na referida sessão será alijada do certame, exceto diante da ocorrência de nenhuma licitante ser habilitada, o que requer a convocação novamente de todas as classificadas.
- 17.3. Os Documentos de Habilitação deverão ser entregues acondicionados no Invólucro nº 5, que deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:
Invólucro nº 5 Documentos de Habilitação Nome empresarial e CNPJ da licitante Concorrência nº 0001/2024 – Câmara Municipal de Cuiabá.
- 17.4. O Invólucro nº 5 deverá ser providenciado pela licitante e poderá ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até sua abertura.

18. APRESENTAÇÃO DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

- 18.1. Os documentos de Habilitação deverão ter todas as suas páginas rubricadas por representante legal da licitante e ser apresentados:
- I - em via original; ou
 - II - sob a forma de publicação em órgão da imprensa oficial; ou
 - III - em cópia autenticada por cartório competente, quando a lei assim o exigir ou por certidões expedidas por sistemas mantidos pela Administração Pública; ou
 - IV - em cópia não autenticada, desde que seja exibida a via original, para conferência pela Comissão Permanente de Licitação, no ato de entrega dos Documentos de Habilitação.
- 18.2. Os Documentos de Habilitação deverão ser acondicionados em caderno específico, com suas páginas numeradas sequencialmente, na ordem em que figuram no Edital.
- 18.3. Só serão aceitas cópias legíveis, que ofereçam condições de análise por parte da Comissão Permanente de Licitação.
- 18.4. Para se habilitar, a licitante deverá apresentar a documentação, na forma prevista a seguir:
- 18.5. **Habilitação Jurídica**
- a) ato constitutivo, estatuto ou contrato social em vigor, devidamente registrado, em se tratando de sociedades empresariais e, no caso de sociedade por ações, acompanhado de documentos de eleição de seus administradores;
 - a1) os documentos mencionados na alínea 'a' deverão estar acompanhados de suas alterações ou da respectiva consolidação, devendo constar, entre os objetivos sociais, a execução de atividades da mesma natureza ou compatível com o objeto desta concorrência;
 - b) inscrição do ato constitutivo em cartório de Registro Civil de Pessoas Jurídicas, no caso de sociedades simples, acompanhada de prova da diretoria em exercício;
 - c) ato de autorização, quando se tratar de empresa ou sociedade estrangeira em funcionamento no País, e ato de registro ou autorização para funcionamento, expedido pelo órgão competente, quando a atividade assim o exigir;
 - d) registro comercial, em caso de empresa individual.



18.6. Regularidade Fiscal e Trabalhista

- a) prova de inscrição no Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica - CNPJ/MF;
- b) prova de inscrição no cadastro de contribuintes estadual ou municipal, se exigível, relativa ao domicílio ou sede da licitante, pertinente ao seu ramo de atividade e compatível com o objeto desta concorrência;
- c) Certidão Conjunta Negativa de Débitos Relativos a Tributos Federais e à Dívida Ativa da União, expedida por órgãos da Secretaria da Receita Federal do Brasil e da Procuradoria Geral da Fazenda Nacional com jurisdição sobre o local da sede da licitante;
- d) Certidões Negativas de Débitos ou de não contribuinte expedidas por órgãos das Secretarias de Fazenda do Estado e do Município em que estiver localizada a sede da licitante;
- e) Certificado de Regularidade de Situação do Fundo de Garantia do Tempo de Serviço - FGTS, em vigor na data de apresentação dos Documentos de Habilitação;
- f) Certidão Negativa de Débito Trabalhista (CNDT) que comprove a inexistência de débitos inadimplidos perante a Justiça do Trabalho.
- g) Relatório/Extrato do Cadastro de Empresas Inidôneas e Suspensas – CEIS, do Portal Transparência da Controladoria Geral da União e Controladoria Geral do Estado;
- h) Consulta Consolidada de Pessoa Jurídica do Tribunal de Contas da União;
- i) Consulta Consolidada de Pessoa Jurídica do Tribunal de Contas do Estado de Mato Grosso;

18.7. Será considerada em situação regular a licitante cujo débito com as fazendas públicas ou com a seguridade social esteja com a exigibilidade suspensa.

18.8. Serão aceitas certidões positivas com efeito de negativa.

18.9. Será considerada como válida pelo prazo de 90 (noventa) dias, contados a partir da data da respectiva emissão, a certidão que não apresentar prazo de validade, exceto se anexada legislação específica indicativa de prazo distinto.

18.10. Qualificação Técnica:

- a) declaração(ões), expedida(s) por pessoa(s) jurídica(s) de direito público ou privado, que ateste(m) que a licitante prestou à(s) declarante(s) serviços compatíveis com os do objeto desta concorrência;
- b) certificado de qualificação técnica de funcionamento, emitido pelo Conselho Executivo das Normas Padrão (CENP) ou por entidade equivalente legalmente reconhecida como fiscalizadora e certificadora das condições técnicas de agências de propaganda, conforme disposto no § 1º do art. 4º da Lei nº 12.232/2010;
 - b1) o certificado de qualificação técnica de funcionamento emitido para a matriz da agência valerá para a filial;
 - b2) o documento obtido no site do CENP ou da entidade equivalente terá sua validade verificada pela Comissão Permanente de Licitação.

18.11. Qualificação Econômico-financeira

- a) Certidão Negativa de falência e de recuperação judicial ou extrajudicial expedida pelo distribuidor da sede fiscal da licitante, dentro do prazo de validade;
 - a1) caso não conste prazo de validade, será aceita a certidão emitida em até 90 (noventa) dias corridos, antes da data de apresentação dos Documentos de Habilitação;



a2) no caso de praças com mais de um cartório distribuidor, deverão ser apresentadas as certidões de cada distribuidor;

b) balanço patrimonial e demonstrações contábeis do último exercício social, já exigíveis e apresentados na forma da lei, que comprove a boa situação financeira da licitante, vedada a sua substituição por balancetes ou balanços provisórios, que comprove a boa situação financeira da empresa, podendo ser atualizados por índices oficiais quando encerrados a mais de 03 (três) meses da data de apresentação dos Documentos de Habilitação;

b1) o balanço patrimonial e as demonstrações contábeis deverão estar assinados pelo responsável legal da licitante e pelo responsável por sua elaboração, Contador ou outro profissional equivalente, devidamente registrado no respectivo conselho de classe profissional;

b2) se necessária a atualização do balanço, com suas demonstrações contábeis, e do patrimônio líquido, deverá ser apresentado o memorial de cálculo correspondente, assinado pelo responsável legal da licitante e pelo responsável por sua elaboração, Contador ou outro profissional equivalente, devidamente registrado no respectivo conselho de classe profissional;

b3) o balanço patrimonial deverá estar registrado ou na Junta Comercial ou no Registro Civil das Pessoas Jurídicas, conforme o tipo de empresa da licitante e apresentado de acordo com os incisos de I a III, ou autenticado por meio do Sistema Público de Escrituração Digital – SPED, para as empresas que utilizem o sistema eletrônico de escrituração e que tenham seus documentos registrados na Junta Comercial, apresentado conforme inciso IV:

I. sociedades empresariais em geral: registrado ou autenticado no órgão de Registro do Comércio da sede ou do domicílio da licitante, acompanhado de cópia do termo de abertura e de encerramento do Livro Diário do qual foi extraído, conforme disposto no § 2º do art. 5º do Decreto-lei nº 486/1969;

II. sociedades empresárias, especificamente no caso de sociedades anônimas regidas pela Lei nº 6.404/1976: registrado ou autenticado no órgão de Registro do Comércio da sede ou domicílio da licitante e publicado em Diário Oficial e em jornal de grande circulação ou cópia registrada ou autenticada no órgão competente de Registro do Comércio da sede ou domicílio da licitante;

III. sociedades simples: registrado no Registro Civil das Pessoas Jurídicas do local de sua sede. Caso a sociedade simples adote um dos tipos de sociedade empresária, deverá sujeitar-se às normas fixadas para as sociedades empresárias, inclusive quanto ao registro no órgão competente de Registro do Comércio da sede ou domicílio da licitante;

IV. para as empresas que escrituram por meio do Sistema Público de Escrituração Digital – SPED, impressão dos seguintes arquivos gerados pelo referido sistema:

a) termo de autenticação com a identificação do autenticador;

b) balanço patrimonial e demonstrações contábeis;

c) termo de abertura e encerramento;

d) requerimento de autenticação de Livro Digital;

e) recibo de entrega de Escrituração Contábil Digital.

18.12. As sociedades constituídas no exercício em curso ou com menos de um ano de existência deverão apresentar balanço conforme abaixo



discriminado, com a assinatura do sócio-gerente e do Contador ou outro profissional equivalente, devidamente registrado no respectivo conselho de classe profissional e autenticado no órgão de Registro do Comércio da sede ou do domicílio da licitante:

- a) balanço de abertura, no caso de sociedades sem movimentação;
 - b) balanço intermediário, no caso de sociedades com movimentação.
- 18.13. A comprovação da boa situação financeira da licitante será feita por meio da avaliação, conforme o caso:
- a) do balanço cujos índices de Liquidez Geral (LG), de Solvência Geral (SG) e de Liquidez Corrente (LC), resultantes da aplicação das fórmulas a seguir, terão de ser maiores que um (>01):

$$\text{LG} = \frac{\text{Ativo Circulante} + \text{Realizável a Longo Prazo}}{\text{Passivo Circulante} + \text{Exigível a Longo Prazo}}$$

$$\text{SG} = \frac{\text{Ativo Total}}{\text{Passivo Circulante} + \text{Exigível a Longo Prazo}}$$

$$\text{LC} = \frac{\text{Ativo Circulante}}{\text{Passivo Circulante}}$$

- b) do balanço cujo Índice de Solvência, obtido conforme fórmula a seguir, terá de ser maior ou igual a um (> ou = a 01):

$$\text{S} = \frac{\text{Ativo Total}}{\text{Passivo Exigível Total}}$$

- 18.14. Os índices serão calculados pela licitante e confirmados pelo responsável por sua contabilidade, contador ou outro profissional equivalente, mediante sua assinatura e indicação de seu nome e registro no respectivo conselho de classe profissional.
- 18.15. A licitante que apresentar resultado igual ou menor que 01 (um), no cálculo de quaisquer dos índices referidos, ou menor que 01 (um), no cálculo do índice referido na alínea 'b', para ser considerada habilitada no quesito Qualificação Econômico-financeira, deverá incluir, no Invólucro nº 5, comprovante de que possui, no mínimo, patrimônio líquido no valor correspondente a 1% do valor a ser contratado.
- 18.16. **Declarações:**
- a) declaração, na forma regulamentada pelo Decreto nº 4.358/2002, de que cumpre o disposto no inciso XXXIII do art. 7º da Constituição Federal;
 - b) que inexistem impedimentos para a participação, na forma dos casos previstos em edital;
 - c) Elaboração independente de Proposta.
- 18.17. Todos os documentos deverão estar em nome da licitante. Se a licitante for matriz, os documentos deverão estar com o número do CNPJ da matriz. Se for filial, os documentos deverão estar com o número do CNPJ da filial, salvo aqueles que, por sua natureza, comprovadamente, são emitidos em nome da matriz.

19. ANÁLISE DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

- 19.1. A Comissão Permanente de Licitação analisará os Documentos de Habilitação das licitantes classificadas no julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços, desde que cumpridas as condições de participação, e



julgará habilitadas as que atenderem integralmente aos requisitos de habilitação exigidos no Edital.

- 19.2. Se nenhuma licitante restar habilitada, a Comissão Permanente de Licitação reabrirá a fase de Habilitação, com nova convocação de todas as licitantes classificadas, para reapresentarem os respectivos documentos, no prazo de 10 (dez) dias úteis, em atenção aos princípios da eficiência e da economicidade, mantidas, neste caso, todas as condições preestabelecidas.

20. COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO E SUBCOMISSÃO TÉCNICA

- 20.1. Esta concorrência será processada e julgada por Comissão Permanente de Licitação, que será designada por autoridade competente por meio de Portaria.
- 20.2. As Propostas Técnicas serão analisadas e julgadas por Subcomissão Técnica, designada posteriormente, constituída por 03 (três) membros que sejam formados em Comunicação, Publicidade ou Marketing ou que atuem em uma dessas áreas.
- 20.3. Na composição da Subcomissão Técnica, pelo menos 1/3 (um terço) dos integrantes não terá vínculo funcional ou contratual com o contratante. A escolha dos membros da Subcomissão Técnica dar-se-á por sorteio, em sessão pública, entre os nomes de uma relação que terá 06 (seis) integrantes sem vínculo com o contratante e 03 (três) com vínculo com o contratante, por ele previamente cadastrados.
- 20.4. Os nomes remanescentes da relação após sorteio dos 03 (três) membros da Subcomissão Técnica serão todos sorteados para definição de uma ordem de suplência, a serem convocados nos casos de impossibilidade de participação de algum dos titulares.
- 20.5. Para composição da Subcomissão Técnica, a Comissão Permanente de Licitação deverá solicitar a comprovação dos requisitos de qualificação dos possíveis membros da Subcomissão Técnica.
- 20.6. A relação dos nomes para a formação da Subcomissão Técnica será publicada Gazeta Municipal, em prazo não inferior a 10 (dez) dias da data em que será realizada a sessão pública marcada para o sorteio.
- 20.7. O sorteio será processado pela Comissão Permanente de Licitação, de modo a garantir o preenchimento das vagas da Subcomissão Técnica, de acordo com a proporcionalidade do número de membros com vínculo ou não com o contratante.
- 20.8. Até 48 (quarenta e oito) horas antes da sessão pública destinada ao sorteio, qualquer interessado poderá impugnar pessoa integrante da relação, mediante a apresentação à Comissão Permanente de Licitação de justificativa para a exclusão.
- 20.9. Admitida a impugnação, o impugnado terá o direito de abster-se de atuar na Subcomissão Técnica, declarando-se impedido ou suspeito, antes da decisão da autoridade competente, nos termos do artigo 10, § 6º, da Lei Federal nº 12.232/2010;
- 20.10. De igual forma, o membro da Subcomissão deverá declarar-se suspeito ou impedido, imediatamente, sempre que constatar que participa do certame agência de publicidade e/ou projeto nos quais tenha trabalhado ou participado, em respeito aos princípios da impessoalidade e da transparência no julgamento das propostas, sob pena de responsabilidade, nos termos da Lei de Licitações e Contratos. A ausência de manifestação do membro teoricamente suspeito não impede que qualquer outro participante da



subcomissão, tendo conhecimento dos fatos, possa alegá-los, a qualquer tempo.

- 20.11. A abstenção do impugnado ou o acolhimento da impugnação, mediante decisão fundamentada por autoridade competente, implicará, se necessário, a elaboração e a publicação de nova lista, sem o nome impugnado.
- 20.12. Será necessário publicar nova relação se o número de membros mantidos depois da impugnação for inferior aos mínimos exigidos por Lei.
- 20.13. Só será admitida nova impugnação a nome que vier a completar a relação anteriormente publicada.
- 20.14. A sessão pública para o sorteio será realizada após a decisão motivada da impugnação, em data previamente designada, garantidos o cumprimento do prazo mínimo e a possibilidade de fiscalização do sorteio por qualquer interessado.
- 20.15. A Comissão Permanente de Licitação e a Subcomissão Técnica cuidarão para que a interpretação e aplicação das regras busquem o atingimento das finalidades da licitação e, conforme o caso, poderão relevar aspectos puramente formais nos Documentos de Habilitação e nas Propostas das licitantes, desde que não comprometam a lisura e o caráter competitivo desta concorrência e contribuam para assegurar a contratação da proposta mais vantajosa, nos termos do art. 5º, caput, da Lei Federal nº 14.133/2021.
- 20.16. Os membros da Comissão Permanente de Licitação e da Subcomissão Técnica assinarão Termo de Responsabilidade, que ficará nos autos do processo desta concorrência.
- 20.17. Os membros da Comissão Permanente de Licitação e da Subcomissão Técnica serão responsabilizados, na forma da lei, por eventuais ações ou omissões que prejudiquem o curso do processo licitatório.

21. OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA

- 21.1. A agência atuará por ordem da Câmara Municipal de Cuiabá, de acordo com as solicitações realizadas pelo contratante e sempre em conformidade com a legislação, com o Código de Ética dos Profissionais de Propaganda e com as demais normas correlatas que regulam a atividade.
- 21.2. Os serviços a serem realizados devem ser submetidos à aprovação da Secretaria de Comunicação responsável pela determinação de sua produção e veiculação.
- 21.3. A agência não poderá subcontratar outra agência de propaganda para a execução dos serviços.
- 21.4. Preencher ao longo da execução do contrato os requisitos de qualificação indicados no ANEXO I deste Termo de Referência.
- 21.5. Operar como organização completa e fornecer serviços de elevada qualidade.
- 21.6. Manter sigilo quanto às informações que necessitem.
- 21.7. Ter os trabalhos executados pelos profissionais indicados na comprovação da capacidade de atendimento da Proposta Técnica, que será apresentada no certame licitatório, admitida a substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior, mediante a aprovação prévia da Secretaria de Comunicação da Câmara Municipal de Cuiabá.
- 21.8. Ter o comando da publicidade em Cuiabá, com estrutura de atendimento representada, no mínimo, pelos seguintes profissionais: 1 (um) na área de atendimento; 1 (um) na área de planejamento e pesquisa; 2 (dois) na área de criação; 1 (um) na área de mídias sociais e inovações; 2 (dois) na área de produção impressa, eletrônica e RTV, 1 (um) na área de mídia.



- 21.9. Executar todos os serviços relacionados com o objeto deste Termo de Referência, de acordo com os prazos e demais especificações estipuladas pela Secretaria de Comunicação da Câmara Municipal de Cuiabá.
- 21.10. Contratar, administrar, executar e fiscalizar os contratos firmados com fornecedores de serviços especializados e veículos de divulgação, sempre após autorização expressa do contratante, respondendo pelos efeitos desses acordos, incluindo os danos e os prejuízos, diretos e indiretos, decorrentes de sua culpa.
- 21.10.1. A Contratada somente poderá contratar e executar qualquer serviço ou aquisição de bens com fornecedores de serviços especializados e veículos de divulgação desde que estes contenham todas as certidões de regularidade fiscal exigida conforme lei nº 14.133/21 e demais normativas vigentes.
- 21.11. Orientar a produção, a impressão e a distribuição das peças gráficas conforme a solicitação e aprovação do contratante e atestar a conformidade do material.
- 21.12. Comprometer-se com a perfeita execução de todos os serviços solicitados.
- 21.13. Envidar esforços para obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores e veículos de comunicação.
- 21.14. Elaborar, sempre que solicitado pelo contratante, estudo de práticas e investimentos em mídia que vêm sendo empregados.
- 21.15. Fazer cotações prévias de preço para os serviços a serem prestados por fornecedores, apresentando, no mínimo, 03 (três) cotações coletadas entre os fornecedores cadastrados junto a Câmara Municipal de Cuiabá, todas originais, em papel timbrado, que contenham a identificação do fornecedor (com, pelo menos, nome completo, CNPJ/CPF, endereço e telefone) e a identificação (nome completo, cargo na empresa, RG e CPF) e assinatura do responsável pela cotação, além da descrição do produto ou serviço, dos valores unitário e total e, quando necessário, das especificações.
- 21.15.1. Promover o cadastro de todos os fornecedores junto ao sistema próprio da Câmara Municipal de Cuiabá.
- 21.16. Nos casos de reutilizações de peças publicitárias do contratante ou parte delas, como foto ou cena específica, a contratada deverá negociar sempre as melhores condições de preço.
- 21.17. Transferir à parte contratante as vantagens obtidas em negociação com fornecedores de serviços especializados e com veículos de divulgação, incluindo os eventuais descontos e as bonificações na forma de tempo, espaço ou reaplicações que tenham sido concedidos.
- 21.18. Dar celeridade nos processos de comprovação de criação, produção e veiculação, responsabilizando-se, inclusive, pela morosidade de terceiros, no caso, fornecedores e veículos.
- 21.19. Com relação aos processos de criação, as comprovações e demais documentações necessárias devem ser inseridas no processo em até 5 (cinco) dias após a aprovação final das peças.
- 21.20. Quanto aos processos de produção, o prazo para inserção de comprovação, entre outros documentos obrigatórios, é de 5 (cinco) dias após a entrega do material.
- 21.21. Já no que tange os processos de veiculação, a data limite para a entrega dos comprovantes, assim como os demais documentos necessários, é de 5 (cinco) dias, a contar a partir do primeiro dia após o fim da veiculação.



- 21.22. Em caso de atraso na comprovação de realização do serviço por prazo superior a 30 dias, fica a Contratada responsável pela notificação do prestador, renovável por mais 02 (duas) vezes a cada igual período, sob pena de cancelamento do respectivo pagamento, após as 03 (três) notificações citadas.
- 21.23. O não cumprimento dos prazos estabelecidos provocam à contratada sanções e penalidades, de acordo com o previsto neste Termo de Referência.
- 21.24. Em caso de atraso na comprovação de realização do serviço por prazo superior a 30 dias, fica a Contratada responsável pela notificação do prestador, renovável por mais 02 (duas) vezes a cada igual período, sob pena de cancelamento do respectivo pagamento, após as 03 (três) notificações citadas.
- 21.25. Desta forma, caso o material comprobatório não seja entregue no prazo máximo de 90 dias após a veiculação, fica a critério da Contratante o não pagamento pelo respectivo serviço, uma vez que não houve a efetiva demonstração de sua realização.
- 21.26. Encaminhar, após a aprovação do serviço pelo contratante e sem ônus a esse, as cópias de peças produzidas, desde que não seja para uso em veiculação de mídia paga: TV/Cinema – cópias em arquivos digitais; internet – cópias em arquivos digitais; rádio – cópias em arquivos digitais; mídia impressa e material publicitário – cópias em arquivos digitais, com arquivos em alta resolução, finalizados.
- 21.27. Criar e manter sempre atualizadas, em nuvem ou em outro servidor de fácil e pronto acesso à equipe da Secretaria de Comunicação, assumindo as despesas relacionadas, todas as peças desenvolvidas e aprovadas no ano de execução do contrato, com cópias em alta e baixa resolução e peças abertas, nos casos que houver tal possibilidade, além de documentos com as informações referentes a direitos autorais e prazos de validade desses direitos.
- 21.28. Criar e manter sempre atualizado um banco de imagens, em nuvem ou em outro servidor de fácil e pronto acesso à equipe da Secretaria de Comunicação, assumindo as despesas relacionadas, com as fotos, ilustrações, cenas e demais imagens produzidas durante a execução do contrato, assim como as informações referentes a direitos autorais e prazos de validade desses direitos.
- 21.29. Produzir e entregar anualmente, em meio impresso e em arquivos digitais, o portfólio dos trabalhos realizados ao contratante durante a execução do contrato, além de relatório de todas as peças desenvolvidas e produzidas, tendo como prazo final o último dia útil do último mês de vigência do contrato ou de sua prorrogação.
- 21.30. Efetivar as operações de pagamento referentes aos serviços prestados por veículos ou fornecedores de serviços especializados, operação que deverá ser realizada em até cinco (5) dias úteis do recebimento do pagamento realizado pela Câmara Municipal de Cuiabá, preferencialmente por meio de depósito ou transferência bancária identificada.
- 21.31. Entregar ao contratante cópia dos comprovantes de pagamentos feitos aos fornecedores de serviços especializados e aos veículos de divulgação até o dia 10 do mês subsequente ao do pagamento realizado pelo contratante.
- 21.32. Entregar ao contratante, em meio eletrônico e em meio impresso, até o dia 10 de cada mês, um relatório total (mês a mês) de despesas com fornecedores de serviços especializados e veículos de divulgação, com o respectivo acompanhamento de seus pagamentos, conforme modelo definido



- pelo contratante, devendo conter, pelo menos, as seguintes informações: data de pagamento do contratante; data de pagamento da contratada; número da nota fiscal, valor pago e nome do favorecido.
- 21.33. Comunicar imediatamente à Secretaria de Comunicação toda e qualquer alteração, rejeição, cancelamento ou interrupção de um ou mais serviços contratados, além de adotar instantaneamente providências para solucionar a pendência.
 - 21.34. Responsabilizar-se pelo aumento de despesas ou perda de descontos para o contratante, gerados em decorrência de sua culpa, realizando o ressarcimento ao contratante em até dois (2) dias úteis, contados a partir do recebimento da notificação de ressarcimento.
 - 21.35. Manter, durante a execução do contrato, todas as condições de habilitação exigidas; entre as quais, a certificação de qualificação técnica de funcionamento, de acordo com o Artigo 4º da Lei nº 12.232/2010.
 - 21.36. Cumprir a legislação trabalhista e securitária com relação a seus empregados e, quando exigido por norma, com relação a empregados de fornecedores e veículos contratados.
 - 21.37. Cumprir todas as leis e posturas (federais, estaduais e municipais) pertinentes, responsabilizando-se por todos os prejuízos decorrentes de infrações a que houver dado causa.
 - 21.38. Prestar esclarecimentos ao contratante sobre eventuais atos ou fatos desabonadores noticiados que se envolver, independente de solicitação.
 - 21.39. Assumir, com exclusividade, todos os tributos e taxas que forem devidos em decorrência do objeto deste Termo de Referência, bem como as contribuições devidas à Previdência Social, os encargos trabalhistas, prêmios de seguro e de acidentes de trabalho, os encargos que venham a ser criados e exigidos pelos cofres públicos e outras despesas que se fizerem necessárias ao cumprimento do objeto pactuado.
 - 21.40. A contratada é responsável pelos recolhimentos de tributos que incidam ou venham a incidir sobre os serviços contratados.
 - 21.41. Sempre que houver solicitação pelo contratante, a contratada deverá apresentar a comprovação de estarem sendo satisfeitos todos os seus encargos e obrigações trabalhistas, previdenciários e fiscais.
 - 21.42. Permitir e oferecer condições para a mais ampla e completa fiscalização, fornecendo informações e relatórios, propiciando o acesso à documentação pertinente e aos serviços em execução e atendendo às observações e exigências apresentadas pela fiscalização.
 - 21.43. Permitir que a auditoria interna da Câmara Municipal de Cuiabá ou auditoria externa por ela indicada tenham acesso a todos os documentos relacionados à execução do contrato.
 - 21.44. Responsabilizar-se pelo ônus resultante de quaisquer ações, demandas, custos e despesas decorrentes de danos causados por culpa ou dolo de seus empregados, prepostos ou contratados.
 - 21.45. Obrigar-se por quaisquer responsabilidades decorrentes de ações judiciais que lhe venham a ser atribuídas por força de lei, relacionados com o cumprimento do contrato.
 - 21.46. Responsabilizar-se por qualquer ação judicial que tenha por fundamento a legislação trabalhista ou de proteção dos direitos autorais ou à propriedade intelectual, devendo adotar providências no sentido de preservar o contratante e de mantê-lo excluído da lide, assim como de reivindicações, demandas, queixas ou representações referentes a tais assuntos.



- 21.47. Arcar com o ônus relacionado à produção e criação de peças e campanhas que, por meio de legislação ou de entidades como o CONAR (Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária), sejam impedidas de veicular ou, uma vez veiculando, sejam retiradas do ar.
- 21.48. Manter acervo comprobatório da totalidade dos serviços prestados e das peças publicitárias produzidas, durante o período de, no mínimo, cinco (5) anos após a extinção do contrato.
- 21.49. Obrigatoriedade de habilitação de Fornecedores junto a Câmara Municipal de Cuiabá, com fim de demonstrar a regularidade da documentação de Habilitação Jurídica, Regularidade Fiscal e Qualificação Econômica do terceiro contratado pela agência de publicidade.
- 21.50. Como obrigação da contratada, que sempre que o fornecimento de bens ou serviços tiver valor superior a 0,5% do valor global do contrato, a contratada deverá proceder à coleta de orçamentos de fornecedores em envelopes fechados, que serão abertos em sessão pública, convocada e realizada sob fiscalização do contratante.
- 21.51. O processo de seleção interna para a escolha da contratada que executará a ação publicitária seguirá a metodologia prevista em anexo do Edital, que poderá vir a ser substituída a critério da administração pública a qualquer tempo, seguindo-se todos os critérios técnicos e legais.
- 21.52. A relação jurídica da Contratante é direta para com as Contratadas, devendo estas se responsabilizar perante as relações jurídicas com os terceiros contratados, quais sejam, veículos, fornecedores de serviços especializados e outros.
- 21.53. Aceitar, nas mesmas condições contratuais, acréscimos ou supressões que se fizerem necessárias, em até 25% (vinte e cinco por cento) do valor atualizado, facultada a supressão além desse limite, mediante acordo entre as partes.

22. OBRIGAÇÕES DA CONTRATANTE

- 22.1. Cumprir todos os compromissos financeiros assumidos com a parte contratada.
- 22.2. Proporcionar condições para a boa execução dos serviços, sempre de acordo com a legislação.
- 22.3. Fornecer e colocar à disposição da contratada todos os elementos e informações que se fizerem necessários à execução do serviço.
- 22.4. Fiscalizar a execução do serviço e subsidiar a contratada com informações e comunicações úteis e necessárias ao melhor e fiel cumprimento das obrigações.
- 22.5. Verificar o cumprimento das cláusulas contratuais relativas aos honorários devidos à contratada e às condições de contratação de fornecedores de bens e serviços especializados realizada pela contratada.
- 22.6. Notificar a contratada, formal e tempestivamente, sobre irregularidades observadas no cumprimento do contrato.
- 22.7. Notificar a contratada, por escrito e com antecedência, sobre multas, penalidades e quaisquer débitos de sua responsabilidade.
- 22.8. Realizar até dois meses antes do encerramento de cada período contratual de 12 meses a avaliação de qualidade do atendimento, do nível técnico dos trabalhos e dos resultados concretos obtidos com as ações de comunicação sugeridos pela contratada.



- 22.9. Conferir os preços da tabela de cada inserção e os descontos negociados, conforme a Lei nº 12.232/2010, por ocasião da apresentação dos respectivos planos de mídia pela contratada.
- 22.10. A Secretaria de Comunicação será a responsável pela aprovação dos serviços solicitados antes da execução final, determinando assim a produção e veiculação.
- 22.11. Instituir processo de seleção interna entre as contratadas, cuja metodologia será disposta no Edital de licitação.
- a. O processo de seleção interna para a escolha da contratada que executará a ação publicitária seguirá a metodologia prevista anexa ao edital, que poderá vir a ser substituída a critério da administração pública a qualquer tempo, seguindo-se todos os critérios técnicos e legais.
- 22.12. Aprovar, por meio de ordens formais a produção e veiculação de materiais publicitários.
- 22.13. O contratante fiscalizará o cumprimento contratual e verificará o cumprimento das especificações técnicas, podendo rejeitá-los, no todo ou em parte, quando não corresponderem ao desejado ou especificado.
- 22.14. Manter divulgadas em sítio próprio aberto na rede mundial de computadores as informações sobre a execução do contrato, com os nomes dos fornecedores de serviços especializados e veículos de comunicação, garantindo o acesso livre às informações de quaisquer interessados. Nomear Gestores e Fiscais para executar a fiscalização do contrato e registrar em relatório todas as ocorrências, deficiências, irregularidades ou falhas que porventura serão observadas na execução dos serviços, objetivando a imediata correção.

23. CONDIÇÕES E PRAZO DE PAGAMENTO

- 23.1. Os pagamentos serão realizados depois da conclusão dos serviços, por campanha, após a devida prestação de contas pela agência e atestado de conformidade realizado pela Secretaria de Comunicação, responsável pela fiscalização dos serviços, devidamente acompanhado de Regularidade Fiscal e Trabalhista.
- 23.2. De acordo com a Lei nº 12.232/2010, somente pessoas físicas ou jurídicas previamente cadastradas pelo contratante poderão fornecer às contratadas bens e serviços especializados relacionados com as atividades complementares da execução do objeto, sendo exigida sempre a apresentação pela contratada ao contratante de três (3) orçamentos obtidos entre pessoas que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido.
- 23.3. A contratada fará jus ao desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, em conformidade com o Artigo 11 da Lei nº 4.680/1965 e do Decreto nº 57.690/1966. O desconto será concedido à contratada pela concepção, execução e/ou distribuição de publicidade, por ordem e conta do contratante, nos termos do Artigo 19 da Lei nº 12.232/2010. A contratada repassará ao contratante o valor correspondente a 3% (três por cento) da mídia efetivamente contratada, correspondente ao repasse parcial dos honorários de veiculação, pagos pelos veículos de comunicação às agências de propaganda, em conformidade com o Anexo B das Normas Padrão da Atividade Publicitária (CENP).
- 23.4. Pertencem ao contratante as vantagens obtidas em negociação de compra de mídia diretamente ou por intermédio de agência de propaganda, incluídos os eventuais descontos e as bonificações na forma de tempo,



espaço ou reaplicações que tenham sido concedidos pelo veículo de divulgação.

- 23.5. A contratada não fará jus a nenhuma remuneração ou desconto de agência quando da utilização pelo contratante de créditos que a esse tenham sido concedidos por veículos de divulgação, em qualquer ação publicitária pertinente ao contrato.
- 23.6. O faturamento dos serviços de produção externa e veiculação deverá ser feito pelos prestadores de serviços em nome da Câmara Municipal de Cuiabá, aos cuidados da contratada, por meio da qual os pagamentos serão efetuados.
- 23.7. A contratada cede ao contratante os direitos autorais patrimoniais de uso das ideias (incluídos estudos, análises e planos), peças, campanhas e demais materiais de publicidade, de sua propriedade exclusiva, de seus empregados ou prepostos, concebidos, criados ou produzidos em decorrência do contrato firmado. Os direitos são cedidos de forma total e definitiva para uso no Brasil ou em qualquer país do mundo.
- 23.8. As despesas com deslocamento de profissionais da contratada, de seus representantes ou de fornecedores por ela contratados, na cidade de Cuiabá, serão de responsabilidade da contratada.
- 23.9. Quando houver ressarcimento de despesas com deslocamento de profissionais da contratada, de seus representantes ou de fornecedores por ela contratados, deverão ser apresentados comprovantes de passagens, diárias, locação de veículos, entre outros, a fim de aferir a execução da despesa e assegurar seu pagamento pelo líquido, sem incidência de honorários.
- 23.10. Para liquidação e pagamento das despesas referente aos serviços previamente autorizados pelo contratante, as contratadas deverão apresentar:
- a) a correspondente Nota Fiscal, sem rasura e em letra legível, em nome da Câmara Municipal de Cuiabá, CNPJ nº 33.710.823/0001-60, contendo o número do contrato, além das seguintes informações da contratada: nome, CNPJ e dados bancários;
 - b) quando referente a pagamento de fornecedores e veículos, a Nota Fiscal também deverá conter o número do documento que autorizou a veiculação ou produção do serviço e o nome empresarial do fornecedor com seu respectivo CNPJ;
 - c) ainda no que tange o pagamento de fornecedores e veículos, a contratada deverá apresentar os documentos comprobatórios de execução/entrega dos serviços, os documentos comprobatórios da demonstração do valor devido ao veículo, da sua tabela de preços, dos descontos negociados, dos correspondentes pedidos de inserção e da efetiva veiculação, sendo este último providenciado sem ônus ao contratante.
- 23.11. Os documentos de cobrança e comprovação da execução e entrega dos serviços para a liquidação e pagamento de despesas deverão ser encaminhados para a Secretaria de Comunicação, caso se constate algum erro ou irregularidade na documentação, poderão ser devolvidos para as devidas correções ou aceitos com a glosa da parte considerada indevida.
- 23.12. O contratante não pagará nenhum acréscimo pelo adiamento do pagamento em razão de pendência no cumprimento de quaisquer cláusulas constantes no contrato.



- 23.13. Antes da efetivação do pagamento, será verificada a comprovação de regularidade da contratada, dos fornecedores e veículos de divulgação referente a:
- a) Certificado de Regularidade de Situação do Fundo de Garantia do Tempo de Serviço – FGTS;
 - b) Certidão Negativa de Débitos relativos aos Tributos Federais e Dívida Ativa da União;
 - c) Certidões negativas de tributos estaduais e municipais, emitidas pelos respectivos órgãos;
 - d) Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas – CNDT.
- 23.14. A contratada apresentará os documentos comprobatórios de manutenção de suas condições de habilitação, sempre que próximos aos seus respectivos vencimentos.
- 23.15. O contratante não acata cobrança por meio de duplicatas ou qualquer outro título em bancos ou outras instituições do gênero.
- 23.16. O contratante não é obrigado a pagar nenhum compromisso assumido pela contratada que lhe venha ser cobrado diretamente por terceiros.
- 23.17. Correrão por conta da contratada o ônus do prazo de compensação e todas as despesas bancárias decorrentes da transferência de crédito, assim como eventuais encargos financeiros, processuais e outros, decorrentes de sua inobservância quanto aos prazos de pagamento.
- 23.18. O contratante, na condição de fonte retentora, fará o desconto e o recolhimento dos tributos e contribuições a que seja obrigado pela legislação vigente ou superveniente, referente aos pagamentos que efetuar.

24. MODELO DE GESTÃO DO CONTRATO

- 24.1. O contrato deverá ser executado fielmente pelas partes, de acordo com as cláusulas avençadas e as normas da Lei nº 14.133, de 2021, e cada parte responderá pelas consequências de sua inexecução total ou parcial;
- 24.2. Em caso de impedimento, ordem de paralisação ou suspensão do contrato, o cronograma de execução será prorrogado automaticamente pelo tempo correspondente, anotadas tais circunstâncias mediante termo aditivo;
- 24.3. As comunicações entre o órgão ou entidade e a contratada devem ser realizadas por escrito sempre que o ato exigir tal formalidade, admitindo-se o uso de mensagem eletrônica para esse fim;
- 24.4. O órgão ou entidade poderá convocar representante da empresa para adoção de providências que devam ser cumpridas de imediato;
- 24.5. Após a assinatura do contrato ou instrumento equivalente, a Câmara Municipal de Cuiabá poderá convocar o representante da empresa contratada para reunião inicial para apresentação do plano de fiscalização, que conterá informações acerca das obrigações contratuais, dos mecanismos de fiscalização, das estratégias para execução do objeto, do plano complementar de execução da contratada, quando houver, do método de aferição dos resultados e das sanções aplicáveis, dentre outros.
- 24.6. Outros detalhes acerca da gestão e fiscalização do contrato firmado entre a Câmara Municipal de Cuiabá e as agências de publicidade poderão constar no instrumento contratual.

Fiscalização

- 24.7. A execução do contrato deverá ser acompanhada e fiscalizada pelo(s) fiscal(is) do contrato, ou pelos respectivos substitutos (Lei nº 14.133, de 2021, art. 117, caput).

Gestor do Contrato



- 24.8. O gestor do contrato coordenará a atualização do processo de acompanhamento e fiscalização do contrato contendo todos os registros formais da execução no histórico de gerenciamento do contrato, a exemplo da ordem de serviço, do registro de ocorrências, das alterações e das prorrogações contratuais, elaborando relatório com vistas à verificação da necessidade de adequações do contrato para fins de atendimento da finalidade da administração;
- 24.9. O gestor do contrato acompanhará os registros realizados pelos fiscais do contrato, de todas as ocorrências relacionadas à execução do contrato e as medidas adotadas, informando, se for o caso, à autoridade superior àquelas que ultrapassarem a sua competência;
- 24.10. O gestor do contrato acompanhará a manutenção das condições de habilitação da contratada, para fins de empenho de despesa e pagamento, e anotar os problemas que obstem o fluxo normal da liquidação e do pagamento da despesa no relatório de riscos eventuais;
- 24.11. O gestor do contrato emitirá documento comprobatório da avaliação realizada pelos fiscais quanto ao cumprimento de obrigações assumidas pelo contratado, com menção ao seu desempenho na execução contratual, baseado nos indicadores objetivamente definidos e aferidos, e a eventuais penalidades aplicadas, devendo constar do cadastro de atesto de cumprimento de obrigações;
- 24.12. O gestor do contrato tomará providências para a formalização de processo administrativo de responsabilização para fins de aplicação de sanções, a ser conduzido pela comissão de que trata o art. 158 da Lei nº 14.133, de 2021, ou pelo agente ou pelo setor com competência para tal, conforme o caso;
- 24.13. O gestor do contrato deverá elaborar relatório final com informações sobre a consecução dos objetivos que tenham justificado a contratação e eventuais condutas a serem adotadas para o aprimoramento das atividades da Administração;
- 24.14. O gestor do contrato deverá enviar a documentação pertinente ao setor de contratos para a formalização dos procedimentos de liquidação e pagamento, no valor dimensionado pela fiscalização e gestão nos termos do contrato.

25. DO CONTROLE E REAJUSTE DE PREÇOS

Reajuste do Contrato

- 25.1. Durante a vigência do Contrato, os preços são fixos e irremovíveis no prazo de um ano contado da data limite para a apresentação das propostas no processo licitatório;
- 25.1.1. Dentro do prazo de vigência do contrato e **mediante solicitação da contratada**, os preços contratados poderão sofrer reajuste após o interregno de um ano, exclusivamente para as obrigações iniciadas e concluídas após a ocorrência da anualidade.
- 25.1.2. Os valores contratados serão reajustados, tendo como limite máximo a variação do Índice de Preços ao Consumidor Amplo - IPCA.
- 25.1.3. A aplicação do índice vincula-se à sua divulgação oficial do mês de reajuste, não devendo ser utilizado o cálculo *pró-rata*, mas sim o mês cheio.
- 25.1.4. Nos reajustes subsequentes ao primeiro, o interregno mínimo de um ano será contado a partir dos efeitos financeiros do último reajuste.



26. PRAZO PARA A ASSINATURA DO CONTRATO

- 26.1. O contrato deverá ser assinado pelas licitantes do certame no prazo de até 05 (cinco) dias úteis, contados a partir da data de convocação da Secretaria de Comunicação da Câmara Municipal de Cuiabá, sob a pena de decair do direito à contratação, sem prejuízo das penalidades previstas no Artigo 90 da Lei nº 14.133/21 e alterações subsequentes.

27. DAS SANÇÕES/PENALIDADES

- 27.1. O descumprimento das obrigações assumidas pela CONTRATADA, sem justificativa aceita pela CONTRATANTE, resguardados os preceitos legais pertinentes, poderá acarretar as seguintes sanções administrativas:
- I – Advertência;
 - II – Suspensão temporária de participação da seleção interna;
 - III – Multa de mora e multa compensatória;
 - IV – Impedimento de licitar e contratar com a administração pública;
 - V – Declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com a Administração Pública.
- 27.2. Nenhuma sanção será aplicada sem o devido processo administrativo, assegurado à CONTRATADA o contraditório e a ampla defesa.
- 27.3. As sanções aplicadas só poderão ser relevadas motivadamente e por conveniência administrativa, mediante ato devidamente justificado da autoridade competente.
- 27.4. A aplicação das sanções observará as seguintes disposições:
- I - a advertência, a suspensão temporária de participação da seleção e as multas serão aplicadas pela autoridade competente;
 - II - caberá à autoridade competente aplicar as penalidades de Impedimento de licitar e contratar com a administração pública e a declaração de inidoneidade;
 - III - a aplicação da declaração de inidoneidade será de responsabilidade da autoridade competente pela pasta.
- 27.5. A sanção de advertência poderá ser aplicada nos seguintes casos:
- I - descumprimento parcial das obrigações e responsabilidades assumidas contratualmente;
 - II - outras ocorrências que possam acarretar transtornos ao desenvolvimento dos serviços, a juízo da CONTRATANTE, desde que não caiba a aplicação de sanção mais grave.
- 27.6. A falha na execução contratual restará configurada quando:
- 27.7. A CONTRATADA cometer, nos últimos 12 (doze) meses contínuos de execução contratual, uma quantidade de infrações cujo somatório de pontos correspondentes, conforme a Tabela 1 atinja ou ultrapasse 10 (dez) pontos:

Tabela 1 – Correspondência entre Grau da Infração e Quantidade de Pontos

GRAU DA INFRAÇÃO	QUANTIDADE DE PONTOS
LEVE	1 PONTO POR INFRAÇÃO
MÉDIA	2 PONTOS POR INFRAÇÃO
GRAVE	3 PONTOS POR INFRAÇÃO

- 27.8. Comprovadas as falhas e atingida a pontuação estabelecida anteriormente, a CONTRATANTE poderá aplicar as sanções, por infração, conforme os graus, as correspondências, as descrições e as incidências estabelecidas na Tabela 2 e na Tabela 3, apresentadas a seguir:

Tabela 2 – Grau e correspondência de cada infração



ESTADO DE MATO GROSSO
CÂMARA MUNICIPAL DE CUIABÁ

CONCORRÊNCIA
PÚBLICA
N.º 001/2024

GRAU DA INFRAÇÃO	CORRESPONDÊNCIA
LEVE	Advertência (na primeira infração)
	Multa no valor de 0,5%, por incidência, sobre o valor do contrato (após a primeira infração).
MÉDIA	Multa no valor de 0,75%, por incidência, sobre o valor do contrato.
GRAVE	Multa no valor de 1,0%, por incidência, sobre o valor do contrato.

Tabela 3 – Infrações

ITEM	DESCRIÇÃO	GRAU	INCIDÊNCIA
1	Não operar como organização completa prejudicando o fornecimento dos serviços com elevada qualidade	GRAVE	SEMESTRAL
2	Demora para centralizar o comando da publicidade da CONTRATANTE em Cuiabá, onde, para esse fim, manterá escritório, sucursal ou filial.	GRAVE	POR OCORRÊNCIA
3	Não executar, com seus próprios recursos, todos os serviços previstos no contrato, mediante demanda da CONTRATANTE.	GRAVE	SEMESTRAL
4	Não utilizar, na elaboração dos serviços objeto deste contrato, os profissionais indicados na Proposta Técnica da concorrência que deu origem a este instrumento, para fins de comprovação da Capacidade de Atendimento.	LEVE	SEMESTRAL
5	Substituir os profissionais envolvidos na execução contratual sem o conhecimento e anuência da CONTRATANTE.	LEVE	POR OCORRÊNCIA
6	Não envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores de bens e de serviços especializados e a veículos de divulgação ou não transferir à CONTRATANTE todas as vantagens obtidas.	GRAVE	POR OCORRÊNCIA
7	Não observar rigorosamente as especificações estipuladas pela CONTRATANTE no fornecimento de produtos e serviços relacionados com o objeto deste contrato.	GRAVE	POR OCORRÊNCIA
8	Não exercer o controle de qualidade na execução dos serviços prestados, com base nos parâmetros determinados pela CONTRATANTE.	GRAVE	POR OCORRÊNCIA
9	Não atuar com atenção e responsabilidade na elaboração de estimativa de custos dos produtos e serviços objeto deste contrato.	GRAVE	POR OCORRÊNCIA
10	Não observar as condições estabelecidas no presente contrato	MÉDIA	SEMESTRAL



ESTADO DE MATO GROSSO
CÂMARA MUNICIPAL DE CUIABÁ

CONCORRÊNCIA
PÚBLICA
N.º 001/2024

	para o fornecimento de bens e de serviços especializados à CONTRATANTE.		
11	Não observar os prazos estabelecidos pela CONTRATANTE na condução dos serviços objeto deste contrato.	MÉDIA	POR OCORRÊNCIA
12	Provocar prejuízos e danos à CONTRATANTE devido a sua demora, omissão ou erro, na condução dos serviços objeto deste contrato.	GRAVE	POR OCORRÊNCIA
13	Não tomar providências, imediatamente, em casos de alterações, rejeições, cancelamentos ou interrupções de um ou mais serviços, Mediante comunicação da CONTRATANTE.	GRAVE	POR OCORRÊNCIA
14	Não repassar à CONTRATANTE todas as vantagens obtidas em negociação de compra de mídia, incluídos os eventuais descontos e as bonificações na forma de espaço, tempo ou reaplicações que tenham sido concedidos por veículo de divulgação.	GRAVE	POR OCORRÊNCIA
15	Não repassar à CONTRATANTE o desconto de antecipação de pagamento, caso esta venha a saldar compromisso antes do prazo estipulado.	GRAVE	POR OCORRÊNCIA
16	Sobrepor os planos de incentivo aos interesses da CONTRATANTE, preterindo veículos de divulgação que não os concedam ou priorizando os que os ofereçam.	GRAVE	POR OCORRÊNCIA
17	Não negociar as melhores condições de preço, até os percentuais máximos estabelecidos neste contrato, no tocante aos direitos patrimoniais sobre trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos de autor e conexos e aos direitos patrimoniais sobre obras consagradas, nos casos de reutilizações de peças publicitárias da CONTRATANTE.	GRAVE	POR OCORRÊNCIA
18	Não incluir cláusula de alerta em seus pedidos de cotação junto a fornecedores de bens e de serviços especializados, quando pertinente, no sentido de que, na produção de peças publicitárias destinadas à veiculação pelas emissoras de televisão e em salas cinematográficas, seja considerado o disposto nos Arts. 44 a 46 da Lei nº 12.288/2010 (Igualdade racial).	MÉDIA	POR OCORRÊNCIA
19	Contratar fornecedores de bens e de	GRAVE	POR



ESTADO DE MATO GROSSO
CÂMARA MUNICIPAL DE CUIABÁ

CONCORRÊNCIA
PÚBLICA
N.º 001/2024

	serviços especializados ou reservar e comprar espaço ou tempo publicitário de veículos de divulgação, relacionados à execução deste contrato, sem autorização prévia e por escrito da CONTRATANTE.		OCORRÊNCIA
20	Não providenciar Termo de Conduta, segundo o qual o veículo se responsabiliza pelos seus conteúdos ou de sites parceiros, declarando estar de acordo com os termos do Marco Civil da Internet, de forma a evitar ações publicitárias da CONTRATANTE em veículos de divulgação que promovam conteúdos ou atividades ilegais.	MÉDIA	POR OCORRÊNCIA
21	Não apresentar à CONTRATANTE, para autorização do plano de mídia de cada ação ou campanha publicitária, relação dos meios, praças e veículos de divulgação dos quais será possível e dos quais se revela impossível obter o relatório de checagem de veiculação, a cargo de empresa independente.	LEVE	POR OCORRÊNCIA
22	Cotar preços para o fornecimento de bens ou de serviços especializados junto a fornecedores em que: um mesmo sócio ou cotista participe de mais de um fornecedor em um mesmo procedimento de cotação; e que algum dirigente ou empregado da CONTRATADA tenha participação societária ou vínculo comercial ou de parentesco até o terceiro grau.	GRAVE	POR OCORRÊNCIA
23	Realizar despesas com bens e serviços especializados prestados por fornecedores, com veiculação e com qualquer outra despesa relacionada com este contrato, sem a autorização prévia da CONTRATANTE.	GRAVE	POR OCORRÊNCIA
24	Recusar a encaminhar, sempre que solicitado pela CONTRATANTE, sem ônus para esta, cópia de peças produzidas, desde que não seja para uso em veiculação em mídia paga, nos seguintes formatos: TV e Cinema – cópias em arquivos digitais; Internet – cópias em arquivos digitais; Rádio – cópias em arquivos digitais; Mídia impressa e outros materiais publicitários – cópias em arquivos digitais, com arquivos em alta resolução e finalizados.	LEVE	POR OCORRÊNCIA
25	Não zelar pelo irrestrito e total sigilo sobre quaisquer dados que lhe sejam	GRAVE	POR OCORRÊNCIA



ESTADO DE MATO GROSSO
CÂMARA MUNICIPAL DE CUIABÁ

CONCORRÊNCIA
PÚBLICA
N.º 001/2024

	fornecidos em decorrência da execução contratual, sobretudo quanto à estratégia de atuação da CONTRATANTE.		
26	Divulgar informações acerca da prestação dos serviços objeto deste contrato, mesmo que acidentalmente, sem a prévia e expressa autorização da CONTRATANTE.	GRAVE	POR OCORRÊNCIA
27	Recusar o ressarcimento à CONTRATANTE de qualquer dano ou prejuízo oriundo de eventual quebra de sigilo das informações fornecidas.	GRAVE	POR OCORRÊNCIA
28	Não prestar o devido esclarecimento à CONTRATANTE sobre eventuais atos ou fatos desabonadores noticiados que envolvam a CONTRATADA.	GRAVE	POR OCORRÊNCIA
29	Caucionar ou utilizar o presente contrato como garantia para qualquer operação financeira.	GRAVE	POR OCORRÊNCIA
30	Não cumprir todas as leis e posturas, federais, estaduais e municipais pertinentes ao objeto deste contrato	GRAVE	POR OCORRÊNCIA
31	Não cumprir a legislação trabalhista e securitária com relação a seus empregados.	GRAVE	POR OCORRÊNCIA
32	Não manter durante a execução deste contrato todas as condições de habilitação e qualificação, exigidas na concorrência que deu origem a este instrumento.	GRAVE	SEMESTRAL
33	Não apresentar, quando solicitado pela CONTRATANTE, a comprovação de estarem sendo satisfeitos todos os seus encargos e obrigações trabalhistas, previdenciários e fiscais.	MÉDIA	POR OCORRÊNCIA
34	Gerar prejuízos e infrações à CONTRATANTE na prestação dos serviços objeto deste contrato.	GRAVE	POR OCORRÊNCIA
35	Não realizar de forma devida o pagamento de tributos e taxas que forem devidos em decorrência do objeto deste contrato, bem como as contribuições devidas à Previdência Social, os encargos trabalhistas, prêmios de seguro e de acidentes de trabalho, os encargos que venham a ser criados e exigidos pelos Poderes Públicos e outras despesas que se fizerem necessárias ao cumprimento do objeto pactuado.	GRAVE	POR OCORRÊNCIA
36	Não observar na execução dos serviços as boas práticas de sustentabilidade ambiental, de otimização de recursos, de redução de desperdícios e de redução da	MÉDIA	SEMESTRAL



ESTADO DE MATO GROSSO
CÂMARA MUNICIPAL DE CUIABÁ

CONCORRÊNCIA
PÚBLICA
N.º 001/2024

	poluição.		
37	Demora na constituição, em parceria com as outras agências contratadas, de um acervo da propaganda da CONTRATANTE, em meio virtual, com as peças produzidas durante a execução deste contrato e com banco de imagens.	GRAVE	POR OCORRÊNCIA

- 27.9. As penalidades decorrentes das condutas tipificadas acima podem ser aplicadas cumulativamente entre si, desde que seu somatório não ultrapasse 10% (dez por cento) do valor atualizado da contratação, sem prejuízo das demais sanções dispostas.
- 27.10. No ato de advertência, a CONTRATANTE estipulará prazo para o cumprimento da obrigação ou responsabilidade assumida contratualmente e para a correção das ocorrências que possam acarretar transtornos ao desenvolvimento dos serviços.
- 27.11. A suspensão temporária de participação da seleção interna será aplicada quando, vencido o prazo estipulado na advertência, a CONTRATADA continuar inadimplente em relação ao fato que deu origem à sanção.
- 27.12. A multa moratória poderá ser cobrada pelo atraso injustificado no cumprimento do objeto ou de prazos estipulados.
- 27.13. O atraso sujeitará a CONTRATADA à multa de:
- I – 0,5% (zero vírgula cinco por cento) por dia de atraso na entrega de material ou execução de serviço, a contar do primeiro dia útil da respectiva data fixada, até o limite de 30 (trinta) dias úteis, calculada sobre o valor correspondente à obrigação não cumprida;
 - II – 0,66% (zero vírgula sessenta e seis por cento) por dia de atraso, na entrega de material ou execução de serviço, a contar do primeiro dia útil da respectiva data fixada, calculada sobre o valor correspondente à obrigação não cumprida, em caráter excepcional, se houve justificativa plausível, a juízo da CONTRATANTE, quando o atraso ultrapassar 30 (trinta) dias.
- 27.14. O atraso injustificado superior a 30 (trinta) dias na entrega de material ou execução de serviço poderá caracterizar a inexecução total deste contrato, a juízo da CONTRATANTE.
- 27.15. A CONTRATADA estará sujeita à multa compensatória de:
- I - 1% (um por cento), calculada sobre o valor da nota fiscal correspondente ao material ou ao serviço em que tenha ocorrida a falta, quando caracterizada a inexecução parcial ou a execução insatisfatória deste contrato;
 - II - 1% (um por cento), calculada sobre o valor que reste executar deste contrato ou sobre o valor da dotação orçamentária que reste executar, o que for menor, pela:
 - a) inexecução total deste contrato;
 - b) pela interrupção da execução deste contrato, sem prévia autorização da CONTRATANTE.
 - III – 0,5% (zero vírgula cinco por cento) do valor deste contrato ou do valor da dotação orçamentária, o que for menor, por dia de atraso, observado o máximo de 2% (dois por cento) pela recusa injustificada em apresentar a garantia prevista neste contrato;
 - IV – até 1% (um por cento) sobre o valor que reste executar deste contrato ou sobre o valor da dotação orçamentária que reste executar, o que for menor,



pelo descumprimento de qualquer cláusula contratual, respeitado o acima disposto neste subitem.

27.16. O impedimento de licitar e contratar com a Administração Pública poderá ser aplicado à CONTRATADA se, por culpa ou dolo, prejudicar ou tentar prejudicar a execução deste ajuste, nos seguintes prazos e situações:

I - por até 06 (seis) meses:

- a) atraso no cumprimento das obrigações assumidas contratualmente, que tenha acarretado prejuízos financeiros para a CONTRATANTE;
- b) execução insatisfatória do objeto deste contrato, se antes tiver havido aplicação da sanção de advertência ou multa, na forma descrita anteriormente.

II - por até 02 (dois) anos:

- a) não conclusão dos serviços contratados;
- b) prestação do serviço em desacordo com as especificações constantes no documento de Autorização de Produção ou no documento de Autorização de Veiculação, depois da solicitação de correção efetuada pela CONTRATANTE;
- c) cometimento de quaisquer outras irregularidades que acarretem prejuízo à CONTRATANTE, ensejando a rescisão deste contrato por sua culpa;
- d) condenação definitiva por fraude fiscal no recolhimento de quaisquer tributos e contribuições, praticada por meios dolosos;
- e) apresentação, à CONTRATANTE, de qualquer documento falso ou falsificado, no todo ou em parte, com o objetivo de participar da licitação que deu origem a este contrato, que venha ao conhecimento da CONTRATANTE após a assinatura deste contrato, ou para comprovar, durante sua execução, a manutenção das condições apresentadas na habilitação;
- f) ocorrência de ato capitulado como crime pela Lei nº 14.133/2021, praticado durante o procedimento licitatório, que venha ao conhecimento da CONTRATANTE após a assinatura do contrato;
- g) reprodução, divulgação ou utilização, em benefício próprio ou de terceiros, de quaisquer informações de que seus empregados tenham tido conhecimento em razão da execução deste contrato, sem consentimento prévio e expresso da CONTRATANTE.

27.17. A declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com a Administração Pública será aplicada quando constatada má-fé, ação maliciosa e premeditada em prejuízo da CONTRATANTE, atuação com interesses escusos, reincidência em faltas que acarretem prejuízo à CONTRATANTE ou aplicações anteriores de sucessivas outras sanções.

27.18. A declaração de inidoneidade será aplicada à CONTRATADA se, entre outros casos:

I - sofrer condenação definitiva por fraude fiscal no recolhimento de quaisquer tributos, praticada por meios dolosos;

II - demonstrar, a qualquer tempo, não possuir idoneidade para licitar ou contratar com a CONTRATANTE, em virtude de atos ilícitos praticados;

III - reproduzir, divulgar ou utilizar, em benefício próprio ou de terceiros, quaisquer informações de que seus empregados tenham tido conhecimento em razão da execução deste contrato, sem consentimento prévio da CONTRATANTE.

27.19. A declaração de inidoneidade implica proibição da CONTRATADA de transacionar com a Administração Pública, enquanto perdurarem os motivos



determinantes da punição ou até que seja promovida a reabilitação, perante a autoridade que aplicou a penalidade, que será concedida sempre que a CONTRATADA ressarcir a CONTRATANTE pelos prejuízos resultantes e depois de decorrido o prazo da sanção aplicada.

- 27.20. Da aplicação das sanções de advertência, suspensão temporária de participação da seleção interna, multa e suspensão do direito de licitar ou contratar com a Administração caberá recurso, no prazo de 05 (cinco) dias úteis, contados do primeiro dia útil subsequente ao do recebimento da comunicação.
- 27.21. O recurso referente à aplicação de sanções deverá ser dirigido à autoridade imediatamente superior, por intermédio daquela responsável pela sua aplicação, a qual poderá reconsiderar sua decisão, no prazo de 05 (cinco) dias úteis, ou, nesse mesmo prazo, enviá-lo à instância superior, devidamente motivado, devendo, neste caso, a decisão ser proferida dentro do prazo de 05 (cinco) dias úteis, contados do recebimento do recurso, conforme especificado a seguir:
- a) a advertência, a suspensão temporária de participação da seleção interna e a multa: pela autoridade competente ou por outro servidor por ela designado;
 - b) o impedimento de licitar e contratar com a Administração Pública: pela autoridade competente ou por outro servidor por ela designado.
- 27.22. As sanções aqui previstas são independentes entre si, podendo ser aplicadas isoladas ou cumulativamente, sem prejuízo de outras medidas cabíveis, respondendo ainda a CONTRATADA por qualquer indenização suplementar no montante equivalente ao prejuízo excedente que causar, na forma do parágrafo único do art. 416 do Código Civil Brasileiro.
- 27.23. A aplicação das sanções previstas neste contrato não exclui a possibilidade de aplicação de outras, previstas na Lei nº 14.133/2021, incluída a responsabilização da CONTRATADA por eventuais perdas e danos causados à CONTRATANTE.
- 27.24. O valor das multas poderá ser descontado da garantia constituída, do valor da fatura de quaisquer serviços referentes ao presente contrato, cobrado diretamente ou, ainda, quando for o caso, cobrado judicialmente da CONTRATADA, ressalvado os valores devidos a terceiros, fornecedores, veículos e demais meios de comunicação.
- 27.25. O valor das multas deverá ser recolhido no prazo máximo de 10 (dez) dias corridos, a contar da data do recebimento da comunicação enviada pela CONTRATANTE.

28. ESTIMATIVAS DO VALOR DA CONTRATAÇÃO

- 28.1. O custo estimado total da contratação é de R\$15.000.000,00 (quinze milhões de reais).
- 28.2. A adoção deste valor tem por base a previsão de gastos com publicidade projetada para o período e que representa a necessidade da verba para a realização do objeto do edital e do contrato administrativo.
- 28.3. O valor estimado poderá ser atualizado pelo Índice de Preços ao Consumidor Amplo- IPCA (IBGE).

29. PÚBLICO-ALVO

- 29.1. A população da cidade de Cuiabá, baixada cuiabana e sociedade civil - homens e mulheres, além de formadores de opinião.



30. ADEQUAÇÃO ORÇAMENTÁRIA

- 30.1. As despesas decorrentes da presente contratação correrão à conta de recursos específicos consignados no orçamento da Câmara Municipal de Cuiabá;
- 30.2. A contratação será atendida pela seguinte dotação:
UNIDADE: 1
PROGRAMA: 1
PROJETO ATIVIDADE: 2009 – DIVULGAÇÃO INSTITUCIONAL
ELEMENTO DE DESPESA: 3.3.90.39 – OUTROS SERVIÇOS DE TERCEIROS - PJ
CÓDIGO REDUZIDO: 38
FONTE: 00
- 30.3. A dotação relativa aos exercícios financeiros subsequentes será indicada após aprovação da Lei Orçamentária respectiva e liberação dos créditos correspondentes, mediante apostilamento.

31. OBSERVAÇÕES FINAIS

- 31.1. É facultada à Comissão Permanente de Licitação, em qualquer fase desta concorrência, a promoção de diligência destinada a esclarecer ou complementar a instrução do processo licitatório, vedada a inclusão posterior de documento ou informação que deveria constar originalmente das Propostas Técnica e de Preços ou dos Documentos de Habilitação.
- 31.2. A Comissão Permanente de Licitação, por solicitação expressa da Subcomissão Técnica, poderá proceder vistoria da infraestrutura que as agências apresentaram nas Propostas Técnicas (quesito Capacidade de Atendimento), que estarão à disposição do contratante para a execução do contrato.
- 31.3. A Comissão Permanente de Licitação deverá adotar os cuidados necessários para preservar o sigilo quanto à autoria do Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada, até a abertura do Invólucro nº 2.
- 31.4. Até a assinatura do contrato, a licitante vencedora poderá ser desclassificada ou inabilitada se o contratante tiver conhecimento de fato desabonador à sua classificação técnica ou à sua habilitação, conhecido após o julgamento de cada fase.
- 31.5. Se ocorrer desclassificação ou inabilitação da licitante vencedora, por fatos referidos no parágrafo precedente, o contratante poderá convocar as licitantes remanescentes, obedecida a ordem de classificação final das Propostas Técnicas ou revogar esta concorrência.
- 31.6. Se, durante a execução do contrato, o instrumento firmado com a contratada não for prorrogado, ou for rescindido, nos casos previstos na legislação e no contrato, o contratante poderá convocar as licitantes remanescentes, obedecida a ordem de classificação final das Propostas Técnicas, para dar continuidade à execução do objeto do contrato, desde que concordem e se disponham a cumprir todas as condições e exigências a que estiver sujeita a signatária do contrato.



- 31.7. É vedada a utilização de qualquer elemento, critério ou fato sigiloso, secreto ou reservado que possa, ainda que indiretamente, elidir o princípio da igualdade entre as licitantes.
- 31.8. Se houver indícios de conluio entre as licitantes ou de qualquer outro ato de má-fé, o contratante comunicará os fatos verificados aos órgãos e instituições competentes para que sejam tomadas as providências devidas.
- 31.9. É proibido a qualquer licitante tentar impedir o curso normal do processo licitatório mediante a utilização de recursos ou de meios meramente protelatórios, sujeitando-se a autora às sanções legais e administrativas aplicáveis, conforme dispõe o artigo 337-I, do Capítulo II-B, da Lei Federal nº 14.133/2021.
- 31.10. Antes do aviso oficial do resultado da concorrência, não serão fornecidas, a quem quer que seja, quaisquer informações referentes à adjudicação do contrato ou à análise, avaliação ou comparação entre as Propostas.
- 31.11. Mediante parecer escrito e devidamente fundamentado, esta concorrência será anulada se ocorrer ilegalidade em seu processamento e poderá ser revogada, em qualquer de suas fases, por razões de interesse público decorrente de fato superveniente devidamente comprovado, pertinente e suficiente para justificar tal conduta.
- 31.12. A nulidade do procedimento licitatório induz à do contrato, sem prejuízo do disposto no parágrafo único do artigo 148, da Lei Federal nº 14.133/2021.
- 31.13. A Contratante poderá cancelar de pleno direito a Nota de Empenho que vier a ser emitida em decorrência desta licitação, bem como rescindir o contrato, independentemente de interpelação judicial ou extrajudicial, desde que motivado o ato e assegurados à contratada o contraditório e a ampla defesa, caso a adjudicação seja anulada, em virtude de qualquer dispositivo legal que a autorize.
- 31.14. Antes da data marcada para o recebimento dos invólucros com as Propostas Técnica e de Preços, a Comissão Permanente de Licitação poderá, por motivo de interesse público, por sua iniciativa, em consequência de solicitações de esclarecimentos ou de impugnações, alterar o Edital, ressalvado que será reaberto o prazo inicialmente estabelecido para apresentação das Propostas, exceto quando, inquestionavelmente, a alteração não afetar a formulação das Propostas.
- 31.15. Correrão por conta do contratante as despesas que incidirem sobre a formalização do contrato, incluídas as decorrentes de sua publicação, que deverá ser efetivada em extrato, na Gazeta Municipal, na forma prevista no parágrafo único do artigo 91, da Lei Federal nº 14.133/2021.
- 31.16. As questões suscitadas pelo Edital que não puderem ser dirimidas administrativamente serão processadas e julgadas no Juízo da Justiça.
- 31.17. Integram este Termo de Referência os seguintes Anexos:
a) Anexo I: Qualificação Requerida

Cuiabá- MT, 4 de março de 2024.



TERMO DE ANÁLISE, ELABORAÇÃO, REVISÃO E VALIDAÇÃO.

Analisado e revisado o **Termo de Referência n.º 011/2024/SGA** inerente e face aos processos e documentos vinculantes, **VALIDO** os procedimentos legais para realização do Certame Licitatório na modalidade **CONCORRÊNCIA N.º 001/2024**, cujos atos procedimentais e contratação devem obediência às condições e termos previstos no presente Termo de Referência supracitado, e legislação vigente.

RUBENS VÚOLO JÚNIOR

Secretário de Gestão Administrativa



ANEXO I - QUALIFICAÇÃO REQUERIDA

01 - QUALIFICAÇÃO TÉCNICA

Estarão aptas a participar do certame as empresas que apresentarem as documentações exigidas por lei em licitações, como as dispostas no Artigo 62, da Lei nº14.133/2021, e:

I – apresentarem o certificado de qualificação técnica de funcionamento de que trata a Lei Federal nº 12.232/2010, Artigo 4º e seu parágrafo primeiro, obtido perante o Conselho Executivo das Normas-Padrão (CENP);

II – declaração(ões) expedida(s) por pessoa(s) jurídica(s) de direito público ou privado, que ateste(m) que a licitante presta(ou) ao declarante(s) serviço de publicidade, cujas atividades sejam compatíveis com os do objeto desta concorrência, representados, no mínimo, pelas atividades descritas como “objeto” neste Termo de Referência.

02 - CAPACIDADE DE ATENDIMENTO

Para comprovar a capacidade de atendimento às necessidades de serviços solicitados pela Câmara Municipal de Cuiabá, as empresas devem apresentar:

I – A relação nominal dos seus principais clientes na data da apresentação das Propostas, com a especificação do início de atendimento de cada um deles;

II – A quantificação e a qualificação dos profissionais que poderão ser colocados à disposição da execução do contrato, discriminando-se as áreas de estudo e planejamento, criação, mídias sociais, produção de rádio, TV, cinema, internet, produção gráfica, mídia e atendimento;

a) A qualificação deverá ser apresentada sob a forma de currículo resumido contendo, no mínimo, o nome, a formação e a experiência dos profissionais.

b) Os profissionais indicados para fins de comprovação da capacidade de atendimento deverão participar da elaboração dos serviços objeto deste Termo de Referência, admitida sua substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior, mediante aprovação prévia da Câmara Municipal de Cuiabá.

III – As instalações, a infraestrutura e os recursos materiais que serão colocados à disposição para a execução do contrato.

IV – A sistemática de atendimento e 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;

V – As informações de marketing e comunicação, as pesquisas de audiência e a auditoria de circulação e controle de mídia que colocará regularmente à disposição da Câmara Municipal de Cuiabá, sem ônus adicionais, na vigência do contrato.



03 - REPERTÓRIO

Para comprovação de curriculum no mercado publicitário, as empresas deverão apresentar um conjunto de trabalhos, concebido e veiculado/exposto, sob a forma de peças e respectivas memórias técnicas, nas quais se incluirá indicação sucinta do problema que a peça se propôs a resolver, obedecendo aos seguintes critérios:

I – Poderão ser apresentadas 10 (dez) peças e/ou material, independentemente do seu tipo ou característica e da forma de sua veiculação, exposição ou distribuição, observado o seguinte:

- a) As peças e/ou material devem ter sido veiculados, expostos ou distribuídos a partir de 1º de janeiro de 2017;
- b) As peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD, CD ou pen drive, executáveis no sistema operacional Windows, podendo integrar o caderno específico ou ser apresentados separadamente (soltos);
- c) As peças gráficas poderão integrar o caderno específico ou ser apresentadas separadamente (soltas). Se apresentadas separadamente (soltas), as peças poderão ter qualquer formato, podendo inclusive ser apresentadas dobradas ou não.

II – As peças e/ou material não podem se referir a ações executadas no âmbito de contratos de prestação de serviços de publicidade de que a Câmara Municipal de Cuiabá seja ou tenha sido signatário;

III – Para cada peça e/ou material previsto, deverá ser apresentada ficha técnica com a indicação sucinta dos problemas que se propôs a resolver e a identificação da licitante e de seu cliente, além do título, data de produção, período de veiculação, exposição e/ou distribuição e, no caso de veiculação, menção de pelo menos um veículo que divulgou cada peça.



ANEXO II

TERMO DE RESPONSABILIDADE E CONFIDENCIALIDADE

Empresa _____, inscrita no CNPJ/MF sob o nº _____, neste ato representada por _____, nacionalidade, estado civil, cargo, inscrito (a) no CPF sob o nº XXX.XXX.XXX-XX, declaro ter ciência da obrigatoriedade, a partir desta data, quanto ao cumprimento das regulamentações descritas na Política de Segurança da Informação da CÂMARA MUNICIPAL DE CUIABÁ – CMC. Comprometo-me ainda a observar o disposto na Lei Geral de Proteção de Dados – LGPD, Lei nº 13.709/2018, de 14 de agosto de 2018, e cumprir o dever em salvaguardar a informação sigilosa e pessoal, bem como assegurar a publicidade da informação ostensiva, utilizando-as, exclusivamente, para o exercício de minhas atribuições sob pena de responsabilização administrativa, civil e penal.

Local e Data

Nome representante da empresa

Nome da Empresa



ANEXO III

METODOLOGIA PARA SELEÇÃO INTERNA DE AGÊNCIAS

1. Em cumprimento ao disposto no art. 2º, parágrafo 4º da Lei 12.232/2010, fica instituído procedimento de seleção interna entre as agências de propaganda contratadas pela Câmara Municipal de Cuiabá para prestação de serviços de publicidade institucional e de utilidade pública de interesse desta Casa Legislativa.

1.1. A seleção interna das agências contratadas será feita em função dos custos estimados para sua realização, de acordo com a metodologia adotada neste procedimento e em observância com os princípios da economicidade, da eficiência e da razoabilidade.

2. Para os fins deste procedimento, considera-se:

I – **Seleção Nível 1:** o procedimento de escolha de agência para a execução de ação publicitária com custo estimado em até R\$500.000,00 (quinhentos mil reais);

II – **Seleção Nível 2:** o procedimento de escolha de agência para a execução de ação publicitária com custo estimado de R\$500.001,00 (quinhentos mil e um reais) até R\$1.000.000,00 (um milhão de reais);

III – **Seleção Nível 3:** o procedimento de seleção de agência para a execução de ação publicitária com custo estimado superior a R\$1.000.000,00 (um milhão de reais).

3. A Seleção Nível 1 será feita pela Secretaria de Comunicação mediante a aplicação de um dos critérios abaixo:

a) Escolha da agência que já executou ação publicitária similar, no âmbito do contrato (familiaridade da agência com o tema);

b) Escolha da agência que estiver em melhores condições para desenvolver a ação;

c) Reaproveitamento de linha criativa desenvolvida pela agência;

3.1. A Secretaria de Comunicação consignará no procedimento de seleção o critério em que se apoiou para sua decisão.

4. Seleção Nível 2 será feita mediante aplicação dos procedimentos previstos nos subitens 4.1 a 4.5.

4.1. A Secretaria solicitará às agências que apresentem, na data indicada, o desenvolvimento da Ideia Criativa, com base no briefing fornecido pela Secretaria de Comunicação, a qual será avaliada pela Secretaria quanto à adequação da proposta ao briefing; a interpretação favorável ao conceito da campanha; a originalidade e simplicidade da forma e dos elementos. O desenvolvimento da Ideia Criativa deverá ser elaborado no máximo em 10 páginas, fonte arial, tamanho 12 pontos

4.2. As propostas apresentadas serão analisadas pela Subcomissão Técnica, que indicará, em sua avaliação escrita, a proposta considerada adequada para atendimento da necessidade de comunicação, para posterior decisão da Secretaria de Inovação e Comunicação, quanto ao desenvolvimento da ação.

4.3. Caso nenhuma das propostas seja considerada adequada, a Secretaria de Comunicação determinará às agências que apresentem nova proposta.



4.4. As agências tomarão conhecimento do resultado da Seleção Nível 2 por comunicado formal da Secretaria de Comunicação.

4.5. A Secretaria de Comunicação poderá dispensar o procedimento de Seleção Nível 2 nos casos de:

- a) Ação publicitária que decorra de proposta de iniciativa de uma das agências contratadas;
- b) Reaproveitamento de linha criativa aprovada anteriormente em procedimento de Seleção nível 2;
- c) Situações peculiares que requeiram urgência na realização da ação de comunicação, a exemplo das que possam causar prejuízo à segurança ou à saúde de pessoas;

5. A Seleção Nível 3 será feita mediante aplicação dos procedimentos previstos nos subitens 5.1 a 5.3.

5.1. Será fornecido pela Secretaria de Comunicação às agências de propaganda um briefing que conterà todos os subsídios para que as agências possam elaborar o raciocínio básico e a ideia criativa, cada qual contido, no máximo, em 10 páginas, fonte Arial, tamanho 12 pontos, estabelecendo data para sua apresentação.

5.2. O raciocínio básico e a ideia criativa serão avaliados e pontuados de 0 (zero) a 10 (dez), tendo o raciocínio básico peso 2 e a ideia criativa peso 8.

5.3. O Raciocínio Básico será avaliado pelo grau de entendimento e compreensão do briefing e a Ideia Criativa quanto à adequação da proposta ao briefing; a interpretação favorável ao conceito da campanha; a originalidade e simplicidade da forma e dos elementos.

O resultado será comunicado formalmente às agências participantes.

Não caberá às agências participantes a apresentação de recurso da decisão.

ELIZANGELA TENORIO PEREIRA ROSA

Secretária de Comunicação



**ANEXO IV
CARTA DE CREDENCIAMENTO**

CONCORRÊNCIA PÚBLICA N. 001/2024

Modelo de Declaração (Empregador Pessoa Jurídica)
(Papel timbrado da empresa)

À
Câmara Municipal de Cuiabá-MT
Ref : Licitação na modalidade CONCORRÊNCIA PÚBLICA N. 001/2024.

Indicamos o (a) Sr. (a).....,
Portador (a) da cédula de identidade n°....., órgão
expedidor....., como nosso representante legal na Licitação em
referência, podendo rubricar a documentação de HABILITAÇÃO e das PROPOSTAS,
manifestar, prestar todos os esclarecimentos à nossa Proposta, dar lances, interpor
recursos, desistir de prazos e recursos, enfim, praticar todo os atos necessários ao fiel
cumprimento do presente Credenciamento.

Informações Importantes:

CNPJ n.

Inscrição Estadual n.

Razão Social:

Nome de Fantasia:

Local e data

Assinatura do representante legal

CPF:

Carimbo de CNPJ da empresa:



ANEXO V
MINUTA DO CONTRATO
CONTRATO Nº 00X/2024

ORIGEM: CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº001/2024

CONTRATAÇÃO DE EMPRESA PARA A PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE COM OBJETIVO DE ATENDER A DEMANDA DA CÂMARA MUNICIPAL DE CUIABÁ, CONFORME ESPECIFICAÇÕES, QUANTIDADES E CONDIÇÕES DO TERMO DE REFERÊNCIA, QUE ENTRE SI CELEBRAM A CÂMARA MUNICIPAL DE CUIABÁ E AS EMPRESASXXXX.

Aos vinte e sete de XXXX de dois mil e vinte e quatro, pelo presente instrumento, a **CÂMARA MUNICIPAL DE CUIABÁ-MT**, Pessoa Jurídica de Direito Público, inscrita no CNPJ/MF sob o nº. 33.710.823/0001-60, com sede Rua Barão de Melgaço, s/n. Centro, na cidade de Cuiabá/MT, neste ato representada pelo **VEREADOR FRANCISCO CARLOS AMORIM SILVEIRA (CHICO 2000) – PL**, portador do documento de Identidade OAB nº. 072**** OAB/MT, e inscrito no CPF sob o nº. 357.***.***.**, neste ato denominada simplesmente **CONTRATANTE**, do outro lado as agências de publicidade **XXXXXXX**, pessoa jurídica de direito privado, por seu(s) representante(s) legal(is)carteira de identidade RG. N. e CPF. N. e..... inscrita no CNPJ.MF sob n., com sede em, doravante denominadas, em conjunto, **CONTRATADAS** resolvem firmar contrato de prestação de serviços de publicidade por meio da **CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº001/2024**, nos termos da Lei Nº 12.232, de 29 de abril de 2010 e da Lei Nº 14.133, de 1 de abril 2021, e alterações posteriores.

CLÁUSULA PRIMEIRA – DO OBJETO

- 1.1. Contratação de até 3 (três) agências de propaganda, para a prestação de serviço de publicidade para a Câmara Municipal de Cuiabá, sem segregação em lotes, itens ou contas publicitárias, cujas atividades têm por objetivo: estudo, planejamento, conceituação, concepção, criação, intermediação, supervisão, execução de estratégias, e ações de publicidade e atividades complementares, com a finalidade de dar publicidade e divulgar as políticas públicas, divulgar as ações de governo do Poder Legislativo Municipal, para informar o público em geral, assim como a distribuição da comunicação aos veículos e demais meios de divulgação, conforme art 37, §1º da Constituição Federal.
- 1.2. Os serviços de publicidade contratados terão por objeto somente as atividades previstas no Artigo 2º, da Lei nº 12.232/2010, sendo vedada a inclusão de



quaisquer outras atividades, em especial as de assessoria de imprensa, comunicação e relações públicas, de patrocínio ou as que tenham por finalidade a realização de eventos festivos de qualquer natureza, bem como as de pesquisas de opinião que contêm em seu bojo assuntos eleitorais e/ou políticos.

- 1.3.** Compreende-se como ação publicitária, o conjunto de peças e materiais publicitários concebidos e desenvolvidos pela agência de propaganda, mediante demanda do anunciante, com o intuito de atender ao princípio da publicidade e ao direito à informação, de difundir ideias e princípios, posicionar instituições e programas, disseminar iniciativas e políticas públicas, ou informar e orientar o público em geral.
- 1.4.** Compreende-se como estratégia publicitária, a elaboração e execução do plano de ações publicitárias.
- 1.5.** Compreende-se como agência de propaganda, a empresa especializada na arte e na técnica publicitária, que, por meio de técnicos e especialistas, estuda, planeja, conceitua, concebe, cria, executa internamente, intermedeia e supervisiona a execução externa e distribui publicidade.
- 1.6.** Compreende-se como atividades complementares, os serviços especializados pertinentes:
 - a) À produção, à execução técnica e à veiculação das peças e projetos criados, como, por exemplo, a contratação de empresa especializada para envio de material aos veículos/exibidoras (via link, SD ou outra mídia) ou mesmo para conversão de formato e/ou extensão para veiculação em mídia específica (como no caso para exibição em cinemas), entre outros;
 - b) Ao planejamento e execução de pesquisas e outros instrumentos de avaliação e geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias, sobre os resultados das campanhas realizadas e das campanhas em desenvolvimento, relacionados à publicidade da Câmara Municipal de Cuiabá, como, por exemplo, a elaboração de estratégia e a contratação de serviços especializados em pesquisa pela internet, assim como a mensuração de resultados das ações de comunicação realizadas na rede, entre outros.
 - c) À criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com as novas tecnologias, visando à expansão dos efeitos das mensagens e das estratégias publicitárias, como, por exemplo, a elaboração e execução de ações pela internet, assim como contratação de impulsionamento (método de veiculação nas principais plataformas da rede) e de mídia programática, entre outros.
- 1.7.** Ressalta-se que as pesquisas citadas anteriormente têm a exclusiva finalidade de:
 - a) Gerar conhecimento sobre o mercado ou ambiente de atuação da CMC, o público-alvo e os veículos de divulgação nos quais serão difundidas as campanhas ou peças;
 - b) Aferir a eficácia do desenvolvimento estratégico, da criação e da divulgação de mensagens;
 - c) Possibilitar a avaliação dos resultados das campanhas ou peças, vedada a inclusão de matéria estranha ou sem pertinência temática com a ação publicitária.
- 1.8.** O planejamento objetiva subsidiar a proposição estratégica das ações publicitárias, tanto nos meios e veículos de divulgação tradicionais (off-line) como digitais (on-line) para alcance dos objetivos de comunicação e superação



dos desafios apresentados e devem prever, sempre que possível, os indicadores e métricas para aferição, análise e otimização de resultados.

- 1.9. Não está contemplada no objeto a divulgação de publicidade oficial, assim entendida a publicação de documentos e informações determinadas por força de lei ou regulamento, veiculada via Diário Oficial.
- 1.10. Também não se abrange neste objeto as atividades de promoção, patrocínio, relações públicas, assessorias de comunicação e de imprensa e aquelas que tenham por finalidade a realização de eventos festivos.
- 1.10.1. Não se incluem no conceito de patrocínio os projetos de veiculação em mídia – assim entendidos os projetos de veiculação em mídia ou em instalações, dispositivos e engenhos que funcionem como veículo de divulgação – e o patrocínio de eventos esportivos, culturais ou de entretenimento comercializados por veículo de divulgação.
- 1.11. As CONTRATADAS atuarão apenas de acordo com solicitação da Câmara Municipal de Cuiabá, mediante processo de seleção interno.
- 1.12. As CONTRATADAS não poderão subcontratar outra agência de propaganda para a execução dos serviços objeto deste CONTRATO.

CLÁUSULA SEGUNDA – DO AMPARO LEGAL

2.1. A lavratura do presente contrato decorre da realização da **CONCORRÊNCIA PÚBLICA N.º001/2024**, e será regida pela Lei N.º 12.232, de 29 de abril de 2010 e alterações posteriores e complementarmente pela Lei N.º 14.133, de 1 de abril de 2021, e alterações posteriores; aplicam-se ainda as disposições do Termo de Referência N.º 011/2024 e deste instrumento contratual aos casos omissos que possam ocorrer.

2.2. Fazem parte deste CONTRATO o **Termo de Referência nº 011/2024/SGA** e seus anexos, além das Propostas técnicas e de preço das Agências de Publicidade e demais elementos constantes do processo do **CONCORRÊNCIA PÚBLICA N.º001/2024**.

2.3. Em caso de divergências entre o teor do EDITAL e o presente CONTRATO prevalecerão as disposições do primeiro.

2.4. Vinculam esta contratação, independentemente de transcrição:

- 2.2.1. O Termo de Referência;
- 2.2.2. O Edital da Licitação;
- 2.2.3. A Proposta do contratado;
- 2.2.4. Eventuais anexos dos documentos supracitados.

CLÁUSULA TERCEIRA – DA VIGÊNCIA DO CONTRATO

- 3.1. O presente CONTRATO terá vigência de 12 (**doze**) meses a partir da data de sua assinatura, na forma do art. 106 da Lei 14.133/2021.
- 3.1.1. Este CONTRATO poderá ser prorrogado, nos termos do art. 106, da Lei n.º 14.133/21, limitada sua vigência a 60 (sessenta) meses.
- 3.1.2. As prorrogações serão formalizadas por meio de Termo aditivo e publicadas na Gazeta Municipal de Cuiabá.



- 3.1.3.** A prorrogação de que trata este item é condicionada ao ateste, pela autoridade competente, de que as condições e os preços permanecem vantajosos para a Administração, permitida a negociação com o contratado.
- 3.2.** O contratado não tem direito subjetivo à prorrogação contratual.

CLÁUSULA QUARTA – DA DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA

4.1. As despesas decorrentes da contratação, objeto desta Licitação, correrão à conta dos recursos específicos consignados no orçamento da **CÂMARA MUNICIPAL DE CUIABÁ** a seguir:

UNIDADE: 1

PROGRAMA: 1

PROJETO ATIVIDADE: 2009 – DIVULGAÇÃO INSTITUCIONAL

ELEMENTO DE DESPESA: 3.3.90.39 – OUTROS SERVIÇOS DE TERCEIROS - PJ

CÓDIGO REDUZIDO: 38

FONTE: 00

CLÁUSULA QUINTA– DO MODELO DE EXECUÇÃO E DA GESTÃO CONTRATUAIS

5.1. As CONTRATADAS somente poderão executar qualquer tipo de serviço objeto deste CONTRATO após sua respectiva aprovação formal pela CONTRATANTE.

5.1.1. A CONTRATANTE poderá acompanhar a execução dos serviços contratados, juntamente com um representante credenciado pelas CONTRATADAS.

5.1.2. A aprovação dos serviços não afasta a responsabilidade das CONTRATADAS quanto à sua perfeita execução.

5.2. Os serviços contratados poderão ser rejeitados, no todo ou em parte, quando não corresponderem ao especificado.

5.2.1. A não aceitação de serviços objeto deste CONTRATO, no todo ou em parte, não implicará a dilação do prazo de entrega, salvo expressa concordância da CONTRATANTE.

5.2.1.1. As CONTRATADAS adotarão as providências necessárias para que o serviço, quando não aceito, no todo ou em parte, seja refeito ou reparado a suas expensas e nos prazos estipulados pela CONTRATANTE.

5.3. A gestão deste CONTRATO pela CONTRATANTE será realizada pela Secretaria de Gestão Administrativa por meio da Chefia de Núcleo de Gestão de Contratos.

5.3.1. A gestão e fiscalização deste CONTRATO em nada restringem a responsabilidade das CONTRATADAS pela execução dos serviços.

5.3.2. As CONTRATADAS permitirão e oferecerão condições para a mais ampla e completa fiscalização, gestão e instrução documental, deste CONTRATO, fornecendo informações, relatórios, em documentos padronizados pelo CONTRATANTE, propiciando o acesso à documentação pertinente e aos serviços em execução e atendendo às observações e às exigências apresentadas pela fiscalização.



5.3.3. As CONTRATADAS se obrigam a permitir que a auditoria interna da CONTRATANTE ou auditoria externa por este indicada tenham acesso a todos os documentos que digam respeito à execução deste CONTRATO.

5.3.4. Serão anotadas registradas todas as ocorrências relacionadas com a execução contratual, cabendo às CONTRATADAS atenderem, no prazo estipulado pela CONTRATANTE às determinações para regularização das faltas ou defeitos observados.

5.4. A CONTRATANTE realizará, semestralmente, avaliação da qualidade do atendimento, do nível técnico dos trabalhos, dos resultados concretos dos esforços de comunicação sugeridos pelas CONTRATADAS e do atendimento do subitem 8.13.

5.4.1. Sem prejuízo de outras finalidades com objetivo semelhante ou complementar, a avaliação semestral será considerada instrumento para:

- I - solicitar às CONTRATADAS a melhora da qualidade dos serviços prestados;
- II – subsidiar decisão sobre prorrogação e rescisão contratuais;
- III – subsidiar declaração sobre desempenho das CONTRATADAS.

CLÁUSULA SEXTA – DASUBCONTRATAÇÃO

6.1. Não será admitida a subcontratação do objeto contratual.

CLÁUSULA SÉTIMA – DO VALOR DO CONTRATO

7.1. O valor estimado para a contratação pretendida é de **R\$ 15.000.000,00 (quinze milhões de reais)** para o prazo de vigência de 12 (doze) meses, prorrogáveis por iguais e sucessivos períodos, nos termos da Lei nº 14.133/21 - artigo 106, parágrafos e seus incisos, com limite de 60 (sessenta) meses.

7.2. O valor estimado poderá ser atualizado pelo Índice de Preços ao Consumidor Amplo-IPCA (IBGE).

7.2.1. A Câmara Municipal de Cuiabá se reserva o direito de, a seu juízo, utilizar ou não a totalidade dos recursos previstos.

7.3. No valor acima estão incluídas todas as despesas ordinárias diretas e indiretas decorrentes da execução do objeto, inclusive tributos e/ou impostos, encargos sociais, trabalhistas, previdenciários, fiscais e comerciais incidentes, taxa de administração, frete, seguro e outros necessários ao cumprimento integral do objeto da contratação.

CLÁUSULA OITAVA – DAS OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA

8.1. A agência atuará por ordem da Câmara Municipal de Cuiabá, de acordo com as solicitações realizadas pelo contratante e sempre em conformidade com a legislação, com o Código de Ética dos Profissionais de Propaganda e com as demais normas correlatas que regulam a atividade.

8.2. Os serviços a serem realizados devem ser submetidos à aprovação da Secretaria de Comunicação da Câmara Municipal de Cuiabá, responsáveis pela determinação de sua produção e veiculação.

8.3. A agência não poderá subcontratar outra agência de propaganda para a execução dos serviços.



8.4. Preencher ao longo da execução do contrato os requisitos de qualificação indicados no Anexo I do Termo de Referência.

8.5. Operar como organização completa e fornecer serviços de elevada qualidade.

8.6. Manter sigilo quanto às informações que necessitem.

8.7. Ter os trabalhos executados pelos profissionais indicados na comprovação da capacidade de atendimento da Proposta Técnica, que será apresentada no certame licitatório, admitida a substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior, mediante a aprovação prévia da Secretaria de Comunicação da Câmara Municipal de Cuiabá.

8.8. Centralizar o comando da publicidade em Cuiabá, com estrutura de atendimento representada, no mínimo, pelos seguintes profissionais: 1 (um) na área de atendimento; 1 (um) na área de planejamento e pesquisa; 2 (dois) na área de criação; 1 (um) na área de mídias sociais e inovações; 2 (dois) na área de produção impressa, eletrônica e RTV, 1 (um) na área de mídia.

8.9. Executar todos os serviços relacionados com o objeto do Termo de Referência, de acordo com os prazos e demais especificações estipuladas pela Secretaria de Comunicação.

8.10. Contratar, administrar, executar e fiscalizar os contratos firmados com fornecedores de serviços especializados e veículos de divulgação, sempre após autorização expressa do contratante, respondendo pelos efeitos desses acordos, incluindo os danos e os prejuízos, diretos e indiretos, decorrentes de sua culpa.

8.10.1.A Contratada somente poderá contratar e executar qualquer serviço ou aquisição de bens com fornecedores de serviços especializados e veículos de divulgação desde que estes contenham todas as certidões de regularidade fiscal exigida conforme lei nº 14.133/21 e demais normativas vigentes.

8.11. Orientar a produção, a impressão e a distribuição das peças gráficas conforme a solicitação e aprovação do contratante e atestar a conformidade do material.

8.12. Comprometer-se com a perfeita execução de todos os serviços solicitados.

8.13. Envidar esforços para obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores e veículos de comunicação.

8.14. Elaborar, sempre que solicitado pela Contratante, estudo de práticas e investimentos em mídia que vêm sendo empregados.

8.15. Fazer cotações prévias de preço para os serviços a serem prestados por fornecedores, apresentando, no mínimo, 03 (três) cotações coletadas entre os fornecedores cadastrados junto ao Câmara Municipal de Cuiabá, todas originais, em papel timbrado, que contenham a identificação do fornecedor (com, pelo menos, razão social/nome completo, CNPJ/CPF, endereço e telefone) e a assinatura do responsável pela cotação, além da descrição do produto ou serviço, dos valores unitário e total e, quando necessário, das especificações.

8.15.1. Promover o cadastro de todos os fornecedores junto ao sistema próprio da Câmara Municipal de Cuiabá.



8.16. Nos casos de reutilizações de peças publicitárias da contratante ou parte delas, como foto ou cena específica, a contratada deverá negociar sempre as melhores condições de preço.

8.17. Transferir à parte contratante as vantagens obtidas em negociação com fornecedores de serviços especializados e com veículos de divulgação, incluindo os eventuais descontos e as bonificações na forma de tempo, espaço ou reaplicações que tenham sido concedidos.

8.18. Dar celeridade nos processos de comprovação de criação, produção e veiculação, responsabilizando-se, inclusive, pela morosidade de terceiros, no caso, fornecedores e veículos.

8.18.1. Com relação aos processos de criação, as comprovações e demais documentações necessárias devem ser inseridas no processo em até 5 (cinco) dias após a aprovação final das peças.

8.18.2. Quanto aos processos de produção, o prazo para inserção de comprovação, entre outros documentos obrigatórios, é de 5 (cinco) dias após a entrega do material.

8.18.3. Já no que tange os processos de veiculação, a data limite para a entrega dos comprovantes, assim como os demais documentos necessários, é de 5 (cinco) dias, a contar a partir do primeiro dia após o fim da veiculação.

8.18.4. Em caso de eventuais atrasos, oriundos de situações específicas, devidamente manifestadas por meio de justificativa plausível, haverá ainda a prorrogação do prazo por mais 2 (dois) dias.

8.18.5. O não cumprimento dos prazos estabelecidos provocam à contratada sanções e penalidades, de acordo com o estabelecido neste contrato.

8.18.6. Em caso de atraso na comprovação de realização do serviço por prazo superior a 30 dias, fica a Contratada responsável pela notificação do prestador, renovável por mais 02 (duas) vezes a cada igual período, sob pena de cancelamento do respectivo pagamento, após as 03 (três) notificações citadas.

8.18.7. Desta forma, caso o material comprobatório não seja entregue no prazo máximo de 90 dias após a veiculação, fica a critério da Contratante o não pagamento pelo respectivo serviço, uma vez que não houve a efetiva demonstração de sua realização.

8.19. Encaminhar, após a aprovação do serviço pelo contratante e sem ônus a esse, as cópias de peças produzidas, desde que não seja para uso em veiculação de mídia paga: TV/Cinema – cópias em arquivos digitais; internet – cópias em arquivos digitais; rádio – cópias em arquivos digitais; mídia impressa e material publicitário – cópias em arquivos digitais, com arquivos em alta resolução, finalizados.

8.20. Criar e manter sempre atualizadas, em nuvem ou em outro servidor de fácil e pronto acesso à equipe da Secretaria de Comunicação, assumindo as despesas relacionadas, todas as peças desenvolvidas e aprovadas no ano de execução do contrato, com cópias em alta e baixa resolução e peças abertas, nos casos que houver tal possibilidade, além de documentos com as informações referentes a direitos autorais e prazos de validade desses direitos.

8.21. Criar e manter sempre atualizado um banco de imagens, em nuvem ou em outro servidor de fácil e pronto acesso à equipe da Secretaria de Comunicação, assumindo as despesas relacionadas, com as fotos, ilustrações, cenas e demais imagens



produzidas durante a execução do contrato, assim como as informações referentes a direitos autorais e prazos de validade desses direitos.

8.22. Produzir e entregar anualmente, em meio impresso e em arquivos digitais, o portfólio dos trabalhos realizados ao contratante durante a execução do contrato, além de relatório de todas as peças desenvolvidas e produzidas, tendo como prazo final o último dia útil do último mês de vigência do contrato ou de sua prorrogação.

8.23. Efetivar as operações de pagamento referentes aos serviços prestados por veículos ou fornecedores de serviços especializados, operação que deverá ser realizada em até cinco (5) dias úteis do recebimento do pagamento realizado pela Câmara Municipal de Cuiabá, preferencialmente por meio de depósito ou transferência bancária identificada.

8.24. Entregar à contratante cópia dos comprovantes de pagamentos feitos aos fornecedores de serviços especializados e aos veículos de divulgação até o dia 10 do mês subsequente ao do pagamento realizado pelo contratante.

8.25. Entregar ao contratante, em meio eletrônico e em meio impresso, até o dia 10 de cada mês, um relatório total (mês a mês) de despesas com fornecedores de serviços especializados e veículos de divulgação, com o respectivo acompanhamento de seus pagamentos, conforme modelo definido pelo contratante, devendo conter, pelo menos, as seguintes informações: data de pagamento do contratante; data de pagamento da contratada; número da nota fiscal, valor pago e nome do favorecido.

8.26. Comunicar imediatamente à Secretaria de Comunicação toda e qualquer alteração, rejeição, cancelamento ou interrupção de um ou mais serviços contratados, além de adotar instantaneamente providências para solucionar a pendência.

8.27. Responsabilizar-se pelo aumento de despesas ou perda de descontos para o contratante, gerados em decorrência de sua culpa, realizando o ressarcimento ao contratante em até dois (2) dias úteis, contados a partir do recebimento da notificação de ressarcimento.

8.28. Manter, durante a execução do contrato, todas as condições de habilitação exigidas; entre as quais, a certificação de qualificação técnica de funcionamento, de acordo com o Artigo 4 da Lei nº 12.232/2010.

8.29. Cumprir a legislação trabalhista e securitária com relação a seus empregados e, quando exigido por norma, com relação a empregados de fornecedores e veículos contratados.

8.30. Cumprir todas as leis e posturas (federais, estaduais e municipais) pertinentes, responsabilizando-se por todos os prejuízos decorrentes de infrações a que houver dado causa.

8.31. Prestar esclarecimentos ao contratante sobre eventuais atos ou fatos desabonadores noticiados que se envolver, independente de solicitação.

8.32. Assumir, com exclusividade, todos os tributos e taxas que forem devidos em decorrência do objeto do Termo de Referência, bem como as contribuições devidas à Previdência Social, os encargos trabalhistas, prêmios de seguro e de acidentes de trabalho, os encargos que venham a ser criados e exigidos pelos cofres públicos e outras despesas que se fizerem necessárias ao cumprimento do objeto pactuado.

8.32.1. A contratada é responsável pelos recolhimentos de tributos que incidam ou venham a incidir sobre os serviços contratados.



8.34. Sempre que houver solicitação pela contratante, a contratada deverá apresentar a comprovação de estarem sendo satisfeitos todos os seus encargos e obrigações trabalhistas, previdenciários e fiscais.

8.35. Permitir e oferecer condições para a mais ampla e completa fiscalização, fornecendo informações e relatórios, propiciando o acesso à documentação pertinente e aos serviços em execução e atendendo às observações e exigências apresentadas pela fiscalização.

8.36. Permitir que a auditoria interna do Câmara Municipal de Cuiabá ou auditoria externa por ela indicada tenham acesso a todos os documentos relacionados à execução do contrato.

8.37. Responsabilizar-se pelo ônus resultante de quaisquer ações, demandas, custos e despesas decorrentes de danos causados por culpa ou dolo de seus empregados, prepostos ou contratados.

8.38. Obrigar-se por quaisquer responsabilidades decorrentes de ações judiciais que lhe venham a ser atribuídas por força de lei, relacionados com o cumprimento do contrato.

8.39. Responsabilizar-se por qualquer ação judicial que tenha por fundamento a legislação trabalhista ou de proteção dos direitos autorais ou à propriedade intelectual, devendo adotar providências no sentido de preservar o contratante e de mantê-lo excluído da lide, assim como de reivindicações, demandas, queixas ou representações referentes a tais assuntos.

8.40. Arcar com o ônus relacionado à produção e criação de peças e campanhas que, por meio de legislação ou de entidades como o CONAR (Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária), sejam impedidas de veicular ou, uma vez veiculando, sejam retiradas do ar.

8.41. Manter acervo comprobatório da totalidade dos serviços prestados e das peças publicitárias produzidas, durante o período de, no mínimo, cinco (5) anos após a extinção do contrato.

8.42. Obrigatoriedade de habilitação de Fornecedores junto a Câmara Municipal de Cuiabá, com fim de demonstrar a regularidade da documentação de Habilitação Jurídica, Regularidade Fiscal e Qualificação Econômica do terceiro contratado pela agência de publicidade.

8.43. O contratado procederá à coleta de orçamentos de fornecedores em envelopes fechados, que serão abertos em sessão pública, convocada e realizada sob fiscalização do contratante, sempre que o fornecimento de bens ou serviços tiver valor superior a 0,5% (cinco décimos por cento) do valor global do contrato.

8.44. O processo de seleção interna para a escolha da contratada que executará a ação publicitária seguirá a metodologia prevista no Anexo III do Edital, que poderá vir a ser substituída a critério da administração pública a qualquer tempo, seguindo-se todos os critérios técnicos e legais.

8.45. O contratante não presta serviços de assessoria e consultoria para as contratadas a respeito das relações jurídicas que estas vierem a ter com terceiros, devendo as agências assumir o ônus de tais relações, possuir equipes de profissionais capazes de atender as demandas e percalços que vierem a existir.



8.46. A relação jurídica da Contratante é direta para com as Contratadas, devendo estas se responsabilizar perante as relações jurídicas com os terceiros contratados, quais sejam, veículos, fornecedores de serviços especializados e outros.

8.47. Aceitar, nas mesmas condições contratuais, acréscimos ou supressões que se fizerem necessárias, em até 25% (vinte e cinco por cento) do valor atualizado previsto no subitem 8.1., facultada a supressão além desse limite, mediante acordo entre as partes.

8.48. O contratado deverá entregar ao setor responsável pela fiscalização do contrato, junto com a Nota Fiscal para fins de pagamento, os seguintes documentos: 1) prova de regularidade relativa à Seguridade Social; 2) certidão conjunta relativa aos tributos federais e à Dívida Ativa da União; 3) certidões que comprovem a regularidade perante a Fazenda Estadual/Distrital e Municipal do domicílio ou sede do contratado; 4) Certidão de Regularidade do FGTS – CRF; e 5) Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas – CNDT;

CLÁUSULA NONA – DAS OBRIGAÇÕES DA CONTRATANTE

São obrigações do Contratante:

9.1. Cumprir todos os compromissos financeiros assumidos com a parte contratada, desde que devidamente comprovada a execução do serviço.

9.2. Proporcionar condições para a boa execução dos serviços, sempre de acordo com a legislação vigente.

9.3. Fornecer e colocar à disposição da contratada todos os elementos e informações que se fizerem necessários à execução do serviço.

9.4. Fiscalizar a execução do serviço e subsidiar a contratada com informações e comunicações úteis e necessárias ao melhor e fiel cumprimento das obrigações.

9.5. Verificar o cumprimento das cláusulas contratuais relativas aos honorários devidos à contratada e às condições de contratação de fornecedores de bens e serviços especializados realizada pela contratada.

9.6. Notificar, formal e tempestivamente, a contratada sobre irregularidades observadas no cumprimento do contrato.

9.7. Notificar a contratada, por escrito e com antecedência, sobre multas, penalidades e quaisquer débitos de sua responsabilidade.

9.8. Realizar até dois meses antes do encerramento de cada período contratual de 12 meses a avaliação de qualidade do atendimento, do nível técnico dos trabalhos e dos resultados concretos obtidos com as ações de comunicação sugeridos pela contratada.

9.9. Conferir os preços da tabela de cada inserção e os descontos negociados, conforme a Lei nº 12.232/2010, por ocasião da apresentação dos respectivos planos de mídia pela contratada.

9.10. A Secretaria de Comunicação de Câmara Municipal de Cuiabá será responsável pela aprovação dos serviços solicitados antes da execução final, determinando assim a produção e veiculação.



9.11. Instituir processo de seleção interna entre as contratadas, cuja metodologia será posteriormente elaborada, aprovada e publicada na imprensa oficial.

9.12. Aprovar por meio de ordens formais a produção e veiculação de materiais publicitários.

9.13. O contratante fiscalizará a execução dos serviços contratados e verificará o cumprimento das especificações técnicas, podendo rejeitá-los, no todo ou em parte, quando não corresponderem ao desejado ou especificado.

9.14. Manter divulgadas em sítio próprio aberto na rede mundial de computadores as informações sobre a execução do contrato, com os nomes dos fornecedores de serviços especializados e veículos, garantindo o acesso livre às informações de quaisquer interessados.

9.15. Nomear Gestores e Fiscais para executar a fiscalização do contrato e registrar em relatório todas as ocorrências, deficiências, irregularidades ou falhas que porventura serão observadas na execução dos serviços, objetivando a imediata correção.

9.16. Caracterizada a inexecução contratual em não cumprimento dos itens 8.23, 8.24 e 8.25, o CONTRATANTE poderá optar pela rescisão deste contrato e ou, em caráter excepcional, liquidar despesas e efetuar os respectivos pagamentos diretamente ao fornecedor dos serviços especializados ou ao veículo de comunicação e divulgação, conforme o caso.

9.16.1. Em caso de não cumprimento dos itens 8.23, 8.24 e 8.25, a Contratante promoverá notificação extrajudicial em favor da contratada, concedendo 5 dias para o cumprimento das obrigações, e permanecendo a irregularidade sem justificativa plausível e aceita pela autoridade competente, será aplicada as penalidades cabíveis.

9.17. Para preservar o direito dos fornecedores e veículos em receber com regularidade pelos serviços prestados e pela venda de tempos e ou espaços, o CONTRATANTE poderá instituir procedimento alternativo de controle para efetuar os pagamentos mediante repasse, pela CONTRATADA, dos valores correspondentes aos fornecedores e veículos de comunicação e divulgação, em operações bancárias concomitantes.

9.18. A Administração não responderá por quaisquer compromissos assumidos pelo Contratado com terceiros, ainda que vinculados à execução do contrato, bem como por qualquer dano causado a terceiros em decorrência de ato do Contratado, de seus empregados, prepostos ou subordinados.

CLÁUSULA DÉCIMA – DA REMUNERAÇÃO

10.1. Pelos serviços prestados, a CONTRATADA, (Agência de Publicidade), será remunerada por honorários de % () sobre os custos (i) à produção e à execução técnica de peça e ou material, assim como (ii) ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos, de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas ou a serem realizadas; (iii) à criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias.

10.2. Os honorários serão calculados sobre o preço faturado pelos fornecedores.



10.3. Pelos serviços de criação e execução interna, a CONTRATADA, (Agência de Publicidade), receberá o valor correspondente indicado na Tabela de Custos Internos editada pelo Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Mato Grosso, com um desconto de% (por cento).

10.4. Despesas com deslocamento de profissionais das CONTRATADAS, de seus representantes ou de fornecedores por ela contratadas, na cidade de Cuiabá, serão de responsabilidade das CONTRATADAS.

10.5. A Câmara Municipal de Cuiabá efetuará o pagamento em até 30 (trinta) dias após atesto do

gestor do contrato.

10.5.1. O atesto somente será realizado mediante a comprovação do cumprimento pela Contratada de todas as condições pactuadas e ocorrerá em até cinco dias úteis após a entrega da documentação pertinente.

10.5.2. Para efeito de contagem do prazo de atesto, a documentação recebida após as 13h00 será considerada entregue no dia útil subsequente

CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA – DO DESCONTO DE AGÊNCIA

11.1. Além da remuneração prevista na Cláusula Décima Primeira, as CONTRATADAS farão jus ao desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, em conformidade com o art. 11 da Lei nº 4.680/65 e do Decreto nº 57.690/66.

11.1.1. O desconto de que trata o subitem precedente será concedido às CONTRATADAS pela concepção, execução e ou distribuição de publicidade, por ordem e conta da CONTRATANTE, nos termos do art. 19 da Lei nº12.232/2010.

11.2. As CONTRATADAS repassarão a CONTRATANTE o valor correspondente a 3% (três) por cento do valor da mídia efetivamente contratada sobre o valor acertado para cada veiculação, correspondente ao repasse parcial dos honorários de veiculação, pagos pelos Veículos de Comunicação à agência de publicidade.

CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA – DOS DIREITOS AUTORAIS

12.1. As CONTRATADAS cedem a CONTRATANTE os direitos autorais patrimoniais de uso das ideias (incluídos estudos, análises e planos), peças, campanhas e demais materiais de publicidade, de sua propriedade exclusiva, de seus empregados ou prepostos, concebidos, criados ou produzidos em decorrência deste CONTRATO.

12.1.1. Os direitos são cedidos de forma total e definitiva, para uso no Brasil ou em qualquer outro país do mundo.

12.1.2. O valor dessa cessão está integralmente incluído nas modalidades de remuneração definidas nas cláusulas sétima e oitava.

12.1.3. Os direitos patrimoniais cedidos poderão ser usados pela CONTRATANTE em todas as suas modalidades de utilização, diretamente ou por intermédio de terceiros.

12.2. Quando necessário realizar contratações que envolvam direitos de autor e conexos, as CONTRATADAS solicitarão a quem de direito a concessão por prazo,



finalidade, território e preço, inclusive quanto à eventual renovação do contrato, dos direitos autorais e conexos de suas respectivas titularidades.

12.3. As CONTRATADAS se comprometem a fazer constar, em destaque, em todos os orçamentos de produção, o custo com cachês, os de cessão de direito de uso de obra(s) consagrada(s), incorporada(s) à peça e os de cessão dos demais direitos de autor e conexos.

12.4. A CONTRATANTE será a única proprietária das peças e demais materiais físicos e/ou digitais oriundos do cumprimento deste CONTRATO, sejam estes passíveis ou não de proteção do Direito de Propriedade Intelectual.

12.4.1. É garantida a CONTRATANTE a apropriação dos direitos patrimoniais e conexos originalmente de titularidade das CONTRATADAS e dos funcionários desta, sobre os resultados da execução deste CONTRATO, ressalvados os direitos autorais e conexos de terceiros.

CLÁUSULA DÉCIMA TERCEIRA – DA LIQUIDAÇÃO E PAGAMENTO DE DESPESAS

13.1. Para a liquidação e pagamento de despesa referente aos serviços previamente autorizados pela CONTRATANTE, as CONTRATADAS deverão apresentar:

I – A correspondente nota fiscal, que será emitida sem rasura, em letra legível, em nome da CÂMARA MUNICIPAL DE CUIABÁ, CNPJ. 33.710.823/0001-60, contendo o número deste CONTRATO e os seguintes dados da CONTRATADA:

Banco (nome e número) Agência (nome e número) Conta Corrente (número)

a) Quaisquer alterações nos dados bancários deverão ser comunicadas tempestiva e formalmente a CONTRATANTE, ficando as CONTRATADAS responsáveis pelos prejuízos decorrentes da falta ou intempestividade da informação.

b) O CNPJ que deverá constar nas notas fiscais e na conta corrente utilizada para pagamento às CONTRATADAS deverá ser o CNPJ das CONTRATADAS constante do preâmbulo deste CONTRATO.

c) Quando referente ao pagamento de fornecedores e veículos, a nota fiscal também deverá conter o número do documento que autorizou a veiculação ou produção dos serviços e o nome empresarial do fornecedor com seu respectivo CNPJ.

II – A primeira via do documento fiscal do fornecedor de serviços especializado ou do veículo:

a) O CNPJ que deverá constar nas notas fiscais dos fornecedores de serviço especializado deverá ser o mesmo da cotação de preços que norteou a contratação.

III – Os documentos comprobatórios da execução dos serviços especializados e, quando for o caso, do comprovante de sua entrega;

IV – Os documentos comprobatórios da demonstração do valor devido ao veículo, da sua respectiva tabela de preços, da descrição dos descontos negociados, dos correspondentes pedidos de inserção e da efetiva veiculação, sendo este último providenciado sem ônus para a CONTRATANTE.

a) Na ocorrência de falha em uma programação em mídia eletrônica, além das providências previstas no inciso IV as CONTRATADAS deverão apresentar



documento do veículo com a descrição da falha e do respectivo valor a ser abatido na liquidação.

13.1.1. O comprovante de veiculação a que se refere o subitem 13.1, IV é constituído por:

I – revista e anuário: declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação, exemplar original e nota fiscal da gráfica responsável pela tiragem ou declaração, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a impressão.

II – jornal: declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação, exemplar original ou a página com o anúncio, da qual devem constar as informações sobre período ou data de circulação, nome do jornal e praça, e nota fiscal da gráfica responsável pela tiragem ou declaração, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a impressão;

III – demais meios: relatório de checagem de veiculação emitido por empresa independente ou por um dos seguintes documentos:

a) TV, Rádio e Cinema: documento usualmente emitido pelo veículo (mapa ou comprovante de veiculação ou inserção ou irradiação e similares) e declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração, local, data, e período da veiculação;

a.1) Como alternativa ao procedimento previsto na alínea “a”, as CONTRATADAS poderão apresentar documento usualmente emitido pelo veículo (mapa ou comprovante de veiculação ou inserção ou irradiação e similares) em que figure a declaração prevista na alínea “a” deste subitem, na frente ou no verso desse documento, mediante impressão eletrônica ou a carimbo, desde que essa declaração seja assinada e que esse documento “composto” contenha todas as informações previstas na alínea “a”.

b) Mídia Exterior:

i. Mídia Out Off Home: relatório de exibição fornecido pela empresa que veiculou a peça, de que devem constar as fotos, período de veiculação, local e nome da campanha, datado e assinado, acompanhado de declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração;

ii. Mídia Digital Out Off Home: relatório de exibição, datado e assinado, fornecido pela empresa que veiculou a peça, de que devem constar fotos por amostragem, identificação do local da veiculação, quantidade de inserções, nome da campanha, período de veiculação, datado e assinado, acompanhado de declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração;

iii. Carro de Som: relatório de veiculação, datado e assinado, fornecido pela empresa que veiculou a peça, com relatório de GPS e fotos de todos os carros contratados, com imagem de fundo que comprove a cidade em que a ação foi realizada,



acompanhado de declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração.

c) Internet: relatório de gerenciamento fornecido pela empresa que veiculou as peças, acompanhado do print da tela, de todo o período de veiculação.

13.1.1.1. As formas de comprovação de veiculação em mídia não previstas nas alíneas “a”, “b”, e “c” do subitem 13.1.1., III, serão estabelecidas formalmente pela CONTRATANTE, antes da aprovação do respectivo Plano de Mídia.

13.1.1.2. Qualquer atualização dos documentos comprobatórios deverá ser formalizada e encaminhada pela CONTRATANTE para as CONTRATADAS.

13.1.2. Compete ao Fiscal do contrato, a conferência dos preços de tabela de cada inserção e os descontos negociados, de que trata o artigo 15 da Lei nº 12.232/2010, por ocasião da apresentação dos respectivos Planos de Mídia pelas CONTRATADAS a CONTRATANTE.

13.2. Os documentos de cobrança e comprovação da execução e entrega dos serviços para a liquidação e pagamento de despesas deverão ser encaminhados pela CONTRATADA a Secretaria de Comunicação da Câmara Municipal de Cuiabá.

13.2.1. Caso se constate erro ou irregularidade na documentação de cobrança e comprovação da execução e entrega dos serviços, a CONTRATANTE a seu juízo, poderá devolvê-la para as devidas correções, ou aceitá-la, com a glosa da parte que considerar indevida.

13.2.1.1. Na hipótese de devolução, a documentação será considerada como não apresentada, para fins de atendimento das condições contratuais.

13.2.1.2. A CONTRATANTE não pagará nenhum acréscimo pelo adiamento do pagamento em razão de pendência no cumprimento de quaisquer cláusulas constantes deste CONTRATO.

13.3. Antes da efetivação dos pagamentos, será verificada a comprovação de regularidade das CONTRATADAS referente à:

I – Certificado de Regularidade de Situação do Fundo de Garantia do Tempo de Serviços – FGTS;

II – Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas – CNDT

III – Certidão Conjunta de Regularidade com a Fazenda Federal (Quitação de Tributos e Contribuições Federais e Dívida Ativa da União da Fazenda Federal);

IV- Certidões negativas de tributos estaduais emitidas pelos respectivos órgãos;

V – Certidões negativas de tributos municipais emitidas pelos respectivos órgãos.

13.3.1. As CONTRATADAS apresentarão a CONTRATANTE os documentos comprobatórios de manutenção de suas condições de habilitação, sempre que próximos aos seus respectivos vencimentos.

13.3.2. A não apresentação ou a irregularidade dos documentos listados no subitem 13.3 não acarretará retenção do pagamento. Entretanto, as CONTRATADAS serão



comunicadas quanto à apresentação de tais documentos em até 30 (trinta) dias, sob pena de rescisão contratual e demais penalidades cabíveis.

13.4. A CONTRATANTE efetuará o pagamento conforme disponibilidade orçamentária e financeira.

13.4.1. O atesto somente será realizado mediante a comprovação do cumprimento pelas CONTRATADAS de todas as condições pactuadas e ocorrerá em cinco dias úteis após a entrega da documentação pertinente.

13.4.1.1. Para efeito de contagem do prazo de atesto, a documentação recebida após as 13h00 será considerada entregue no dia útil subsequente.

13.5. A CONTRATANTE não acata cobrança por meio de duplicatas ou qualquer outro título em bancos ou outras instituições do gênero.

13.6. A CONTRATANTE não é obrigada a pagar nenhum compromisso, assumido pela CONTRATADA, que lhe venha a ser cobrado diretamente por terceiros.

13.7. Correrão por conta das CONTRATADAS o ônus do prazo de compensação e todas as despesas bancárias decorrentes da transferência de crédito, assim como os eventuais encargos financeiros, processuais e outros, decorrentes de sua inobservância quanto aos prazos de pagamento.

13.8. A CONTRATANTE, na condição de fonte retentora, fará o desconto e o recolhimento dos tributos e contribuições a que esteja obrigada pela legislação vigente ou superveniente, referente aos pagamentos que efetuar.

CLÁUSULA DÉCIMA QUARTA – DA FISCALIZAÇÃO DO CONTRATO

14.1. O presente contrato será fiscalizado pelo **FISCAL DO CONTRATO** que será designado pela Secretaria Gestão Administrativa da Câmara Municipal de Cuiabá.

14.2. A **CONTRATANTE** deverá exercer a fiscalização por meio de servidor(es) devidamente designado(s) através de Portaria, o qual será responsável por fiscalizar o cumprimento das obrigações assumidas pela **CONTRATADA**, e, para tanto, verificará a qualidade e especificação do produto entregue, emitindo relatório ou outros meios de documentação.

14.3. O acompanhamento e a fiscalização da execução deste serviço serão feitos pelo seguinte servidor abaixo relacionado:

Fiscal do Contrato:	Titular: Sr(a).
	Matrícula:
	Suplente: Sr(a).
	Matrícula:

14.4.A Fiscalização e aceitação do objeto do contrato ficarão sob a responsabilidade do Fiscal do Contrato designado pela Secretaria Gestão Administrativa da Câmara Municipal de Cuiabá – MT, que comunicará aos setores competentes as possíveis irregularidades ocorridas, durante o prazo de vigência do contrato.

14.5. Caberá ao Fiscal, além das obrigações que perfazem na legislação vigente (Lei 14.133/2021), atestar as notas fiscais, devendo conferir previamente se os valores e descrição do bem estão corretos e se os impostos correspondentes à avença estão



devidamente discriminados, encaminhando-as diretamente ao setor competente da **Contratante**, a fim de providenciar a Nota de Liquidação;

CLÁUSULA DÉCIMA QUINTA – DA GARANTIA DA EXECUÇÃO

15.1. As CONTRATADAS prestarão individualmente garantia, em favor DA CONTRATANTE, no valor correspondente a 1% (um por cento) sobre o valor estimado no subitem 7.1, no prazo de 30 (trinta) dias contados a partir da data da assinatura do CONTRATO.

15.1.1. Caso não apresentada no prazo indicado, o valor correspondente poderá ser retido, para a constituição da garantia sob a modalidade de caução em dinheiro.

15.1.2. O valor retido para constituição da garantia não afasta a aplicação da penalidade prevista no subitem 17.1, II, “d”, pelo atraso ocorrido até a data de sua integral constituição.

15.1.3. A validade da garantia deve corresponder ao período de vigência deste CONTRATO, acrescido de 90 dias.

15.1.4. As CONTRATADAS poderão, a qualquer tempo, solicitar a substituição da garantia contratual por outra modalidade prevista na Lei nº 14.133/21.

15.2. A garantia deverá ser prestada em uma das seguintes modalidades, à escolha das CONTRATADAS:

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

a) – A caução deverá ser depositada em nome do CONTRATANTE, conforme dados abaixo: BANCO: (denominação);

AGÊNCIA: N.....

CONTA CORRENTE: N.

II - seguro-garantia;

III – fiança bancária.

15.2.1. Se a opção da garantia recair em seguro garantia ou fiança bancária, no título apresentado deverá constar expressamente:

I – cobertura da responsabilidade decorrente de aplicação de multas de caráter punitivo;

II – vigência da garantia, observado o prazo previsto no subitem 16.1.3.;

III – cláusula de renúncia do fiador aos benefícios dos arts. 827 e 835 do Código Civil Brasileiro; IV – o prazo máximo de pagamento da indenização de 30 (trinta) dias.

15.2.1.1. Quando apresentada em seguro-garantia ou fiança bancária, as CONTRATADAS poderão apresentar mais de uma apólice para o atendimento integral das obrigações contratadas.



15.2.1.2. Não serão aceitos seguro-garantia ou fiança bancária que contiverem cláusulas contrárias aos interesses da CONTRATANTE.

15.2.1.3. A carta de Fiança ou Apólice de Seguro-Garantia deverá ser acompanhada do rol exaustivo da documentação necessária à caracterização do sinistro para fins de indenização.

15.3. As CONTRATADAS se obrigam a complementar o valor da garantia, em até 72 (setenta e duas) horas contados da data da notificação do CONTRATANTE, nos casos de uso, total ou parcial, do valor da garantia, no pagamento de qualquer obrigação vinculada a este CONTRATO, incluída a indenização a terceiros.

15.4. A garantia deverá ser renovada, na hipótese de prorrogação deste CONTRATO, ou atualizada no caso de alteração do valor contratual, em até 10 (dez) dias úteis contados da assinatura do respectivo Termo Aditivo.

15.5. A garantia, ou seu saldo, será liberada ou restituída, a pedido das CONTRATADAS, no prazo de 90 (noventa) dias, após o término do prazo de vigência deste CONTRATO, mediante certificação, por seus Gestores, de que os serviços foram realizados a contento e desde que tenham sido cumpridas todas as obrigações aqui assumidas.

15.5.1. Na restituição de garantia realizada por caução em dinheiro, seu valor ou saldo será corrigido com base na variação pro rata tempore do IGPM (FGV), verificada entre a data da prestação efetiva e a da devolução.

CLÁUSULA DÉCIMA SEXTA – DAS INFRAÇÕES E SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

16.1. O descumprimento das obrigações assumidas pela CONTRATADA, sem justificativa aceita pela CONTRATANTE, resguardados os preceitos legais pertinentes, poderá acarretar as seguintes sanções administrativas:

- I – Advertência;
- II – Suspensão temporária de participação da seleção interna;
- III – Multa de mora e multa compensatória;
- IV – Impedimento de licitar e contratar com a administração pública;
- V – Declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com a Administração Pública.

16.2. Nenhuma sanção será aplicada sem o devido processo administrativo, assegurado à CONTRATADA o contraditório e a ampla defesa.

16.3. As sanções aplicadas só poderão ser relevadas motivadamente e por conveniência administrativa, mediante ato devidamente justificado da autoridade competente.

16.4. A aplicação das sanções observará as seguintes disposições:

- I - a advertência, a suspensão temporária de participação da seleção e as multas serão aplicadas pela autoridade competente;
- II – caberá à autoridade competente aplicar a penalidade de impedimento de licitar e contratar com a Administração Pública;
- III - a aplicação da declaração de inidoneidade será de responsabilidade da autoridade competente pela pasta.

16.5. A sanção de advertência poderá ser aplicada nos seguintes casos:

- I - descumprimento parcial das obrigações e responsabilidades assumidas contratualmente;
- II - outras ocorrências que possam acarretar transtornos ao desenvolvimento dos serviços, a juízo da CONTRATANTE, desde que não caiba a aplicação de sanção mais grave.



**ESTADO DE MATO GROSSO
CÂMARA MUNICIPAL DE CUIABÁ**

CONCORRÊNCIA
PÚBLICA
N.º 001/2024

16.6.A falha na execução contratual restará configurada quando:

16.6.1.A CONTRATADA cometer, nos últimos 12 (doze) meses contínuos de execução contratual, uma quantidade de infrações cujo somatório de pontos correspondentes, conforme a Tabela 1, atinja ou ultrapasse 10 (dez) pontos:

Tabela 1 – Correspondência entre Grau da Infração e Quantidade de Pontos:

GRAU DA INFRAÇÃO	QUANTIDADE DE PONTOS
LEVE	1 PONTO POR INFRAÇÃO
MÉDIA	2 PONTOS POR INFRAÇÃO
GRAVE	3 PONTOS POR INFRAÇÃO

16.6.2.Comprovadas as falhas e atingida a pontuação estabelecida anteriormente, a CONTRATANTE poderá aplicar as sanções, por infração, conforme os graus, as correspondências, as descrições e as incidências estabelecidas na Tabela 2 e na Tabela 3, apresentadas a seguir:

Tabela 2 – Grau e correspondência de cada infração:

GRAU DA INFRAÇÃO	CORRESPONDÊNCIA
LEVE	Advertência (na primeira infração) Multa no valor de 0,5%, por incidência, sobre o valor do contrato (após a primeira infração).
MÉDIA	Multa no valor de 0,75%, por incidência, sobre o valor do contrato.
GRAVE	Multa no valor de 1,0%, por incidência, sobre o valor do contrato.

Tabela 3 – Infrações:

ITEM	DESCRIÇÃO	GRAU	INCIDÊNCIA
1	Não operar como organização completa prejudicando o fornecimento dos serviços com elevada qualidade	GRAVE	SEMESTRAL
2	Demora para centralizar o comando da publicidade da CONTRATANTE em Cuiabá, onde, para esse fim, manterá escritório, sucursal ou filial.	GRAVE	POR OCORRÊNCIA
3	Não executar, com seus próprios recursos, todos os serviços previstos no contrato, mediante demanda da CONTRATANTE	GRAVE	SEMESTRAL
4	Não utilizar, na elaboração dos serviços objeto deste contrato, os profissionais indicados na Proposta Técnica da concorrência que deu origem a este instrumento, para fins de comprovação da Capacidade de Atendimento	LEVE	SEMESTRAL
5	Substituir os profissionais envolvidos na execução contratual sem o conhecimento e anuência da CONTRATANTE.	LEVE	POR OCORRÊNCIA



ESTADO DE MATO GROSSO
CÂMARA MUNICIPAL DE CUIABÁ

CONCORRÊNCIA
PÚBLICA
N.º 001/2024

6	Não envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores de bens e de serviços especializados e a veículos de divulgação ou não transferir à CONTRATANTE todas as vantagens obtidas	GRAVE	POR OCORRÊNCIA
7	Não observar rigorosamente as especificações estipuladas pela CONTRATANTE no fornecimento de produtos e serviços relacionados com o objeto deste contrato.	GRAVE	POR OCORRÊNCIA
8	Não exercer o controle de qualidade na execução dos serviços prestados, com base nos parâmetros determinados pela CONTRATANTE	GRAVE	POR OCORRÊNCIA
9	Não atuar com atenção e responsabilidade na elaboração de estimativa de custos dos produtos e serviços objeto deste contrato	GRAVE	POR OCORRÊNCIA
10	Não observar as condições estabelecidas no presente contrato para o fornecimento de bens e de serviços especializados à CONTRATANTE	MÉDIA	SEMESTRAL
11	Não observar os prazos estabelecidos pela CONTRATANTE na condução dos serviços objeto deste contrato	MÉDIA	POR OCORRÊNCIA
12	Provocar prejuízos e danos à CONTRATANTE devido a sua demora, omissão ou erro, na condução dos serviços objeto deste contrato.	GRAVE	POR OCORRÊNCIA
13	Não tomar providências, imediatamente, em casos de alterações, rejeições, cancelamentos ou interrupções de um ou mais serviços, Mediante comunicação da CONTRATANTE.	GRAVE	POR OCORRÊNCIA
14	Não repassar à CONTRATANTE todas as vantagens obtidas em negociação de compra de mídia, incluídos os eventuais descontos e as bonificações na forma de espaço, tempo ou reaplicações que tenham sido concedidos por veículo de divulgação	GRAVE	POR OCORRÊNCIA
15	Não repassar à CONTRATANTE o desconto de antecipação de pagamento, caso esta venha a saldar compromisso antes do prazo estipulado.	GRAVE	POR OCORRÊNCIA



**ESTADO DE MATO GROSSO
CÂMARA MUNICIPAL DE CUIABÁ**

CONCORRÊNCIA
PÚBLICA
N.º 001/2024

16	Sobrepor os planos de incentivo aos interesses da CONTRATANTE, preterindo veículos de divulgação que não os concedam ou priorizando os que os ofereçam.	GRAVE	POR OCORRÊNCIA
17	Não negociar as melhores condições de preço, até os percentuais máximos estabelecidos neste contrato, no tocante aos direitos patrimoniais sobre trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos de autor e conexos e aos direitos patrimoniais sobre obras consagradas, nos casos de reutilizações de peças publicitárias da CONTRATANTE.	GRAVE	POR OCORRÊNCIA
18	Não incluir cláusula de alerta em seus pedidos de cotação junto a fornecedores de bens e de serviços especializados, quando pertinente, no sentido de que, na produção de peças publicitárias destinadas à veiculação pelas emissoras de televisão e em salas cinematográficas, seja considerado o disposto nos arts. 44 a 46 da Lei nº 12.288/2010 (Igualdade racial).	MÉDIA	POR OCORRÊNCIA
19	Contratar fornecedores de bens e de serviços especializados ou reservar e comprar espaço ou tempo publicitário de veículos de divulgação, relacionados à execução deste contrato, sem a autorização prévia e por escrito da CONTRATANTE.	GRAVE	POR OCORRÊNCIA
20	Não providenciar Termo de Conduta, segundo o qual o veículo se responsabiliza pelos seus conteúdos ou de sites parceiros, declarando estar de acordo com os termos do Marco Civil da Internet, de forma a evitar ações publicitárias da CONTRATANTE em veículos de divulgação que promovam conteúdos ou atividades ilegais.	MÉDIA	POR OCORRÊNCIA
21	Não apresentar à CONTRATANTE, para autorização do plano de mídia de cada ação ou campanha publicitária, relação dos meios, praças e veículos de divulgação dos quais será possível	LEVE	POR OCORRÊNCIA



**ESTADO DE MATO GROSSO
CÂMARA MUNICIPAL DE CUIABÁ**

CONCORRÊNCIA
PÚBLICA
N.º 001/2024

	e dos quais se revela impossível obter o relatório de checagem de veiculação, a cargo de empresa independente.		
22	Cotar preços para o fornecimento de bens ou de serviços especializados junto a fornecedores em que: um mesmo sócio ou cotista participe de mais de um fornecedor em um mesmo procedimento de cotação; e que algum dirigente ou empregado da CONTRATADA tenha participação societária ou vínculo comercial ou de parentesco até o terceiro grau.	GRAVE	POR OCORRÊNCIA
23	Realizar despesas com bens e serviços especializados prestados por fornecedores, com veiculação e com qualquer outra despesa relacionada com este contrato, sem a autorização prévia da CONTRATANTE.	GRAVE	POR OCORRÊNCIA
24	Recusar a encaminhar, sempre que solicitado pela CONTRATANTE, sem ônus para esta, cópia de peças produzidas, desde que não seja para uso em veiculação em mídia paga, nos seguintes formatos: TV e Cinema – cópias em arquivos digitais; Internet – cópias em arquivos digitais; Rádio – cópias em arquivos digitais; Mídia impressa e outros materiais publicitários – cópias em arquivos digitais, em alta resolução e finalizados.	LEVE	POR OCORRÊNCIA
25	Não zelar pelo irrestrito e total sigilo sobre quaisquer dados que lhe sejam fornecidos em decorrência da execução contratual, sobretudo quanto à estratégia de atuação da CONTRATANTE.	GRAVE	POR OCORRÊNCIA
26	Divulgar informações acerca da prestação dos serviços objeto deste contrato, mesmo que acidentalmente, sem a prévia e expressa autorização da CONTRATANTE	GRAVE	POR OCORRÊNCIA
27	Recusar o ressarcimento à CONTRATANTE de qualquer dano ou prejuízo oriundo de eventual quebra de sigilo das informações fornecidas.	GRAVE	POR OCORRÊNCIA



ESTADO DE MATO GROSSO
CÂMARA MUNICIPAL DE CUIABÁ

CONCORRÊNCIA
PÚBLICA
N.º 001/2024

28	Não prestar o devido esclarecimento à CONTRATANTE sobre eventuais atos ou fatos desabonadores noticiados que envolvam a CONTRATADA.	GRAVE	POR OCORRÊNCIA
29	Caucionar ou utilizar o presente contrato como garantia para qualquer operação financeira.	GRAVE	POR OCORRÊNCIA
30	Não cumprir todas as leis e posturas, federais, estaduais e municipais pertinentes ao objeto deste contrato	GRAVE	POR OCORRÊNCIA
31	Não cumprir a legislação trabalhista e securitária com relação a seus empregados.	GRAVE	POR OCORRÊNCIA
32	Não manter durante a execução deste contrato todas as condições de habilitação e qualificação, exigidas na concorrência que deu origem a este instrumento.	GRAVE	SEMESTRAL
33	Não apresentar, quando solicitado pela CONTRATANTE, a comprovação de estarem sendo satisfeitos todos os seus encargos e obrigações trabalhistas, previdenciários e fiscais.	MÉDIA	POR OCORRÊNCIA
34	Gerar prejuízos e infrações à CONTRATANTE na prestação dos serviços objeto deste contrato.	GRAVE	POR OCORRÊNCIA
35	Não realizar de forma devida o pagamento de tributos e taxas que forem devidos em decorrência do objeto deste contrato, bem como as contribuições devidas à Previdência Social, os encargos trabalhistas, prêmios de seguro e de acidentes de trabalho, os encargos que venham a ser criados e exigidos pelos Poderes Públicos e outras despesas que se fizerem necessárias ao cumprimento do objeto pactuado	GRAVE	POR OCORRÊNCIA
36	Não observar na execução dos serviços as boas práticas de sustentabilidade ambiental, de otimização de recursos, de redução de desperdícios e de redução da poluição.	MÉDIA	SEMESTRAL
37	Demora na constituição, em parceria com as outras agências contratadas, de um acervo da propaganda da CONTRATANTE, em meio virtual, com as peças produzidas durante a execução deste contrato e com banco de imagens.	GRAVE	POR OCORRÊNCIA



16.7. As penalidades decorrentes das condutas tipificadas acima podem ser aplicadas cumulativamente entre si, desde que seu somatório não ultrapasse 10% (dez por cento) do valor atualizado da contratação, sem prejuízo das demais sanções dispostas.

16.8. No ato de advertência, a CONTRATANTE estipulará prazo para o cumprimento da obrigação ou responsabilidade assumida contratualmente e para a correção das ocorrências que possam acarretar transtornos ao desenvolvimento dos serviços.

16.9. A suspensão temporária de participação da seleção interna será aplicada quando, vencido o prazo estipulado na advertência, a CONTRATADA continuar inadimplente em relação ao fato que deu origem à sanção.

16.10. A multa moratória poderá ser cobrada pelo atraso injustificado no cumprimento do objeto ou de prazos estipulados.

16.11. O atraso sujeitará a CONTRATADA à multa de:

I – 0,5% (zero vírgula cinco por cento) por dia de atraso na entrega de material ou execução de serviço, a contar do primeiro dia útil da respectiva data fixada, até o limite de 30 (trinta) dias úteis, calculada sobre o valor correspondente à obrigação não cumprida;

II – 0,66% (zero vírgula sessenta e seis por cento) por dia de atraso, na entrega de material ou execução de serviço, a contar do primeiro dia útil da respectiva data fixada, calculada sobre o valor correspondente à obrigação não cumprida, em caráter excepcional, se houve justificativa plausível, a juízo da CONTRATANTE, quando o atraso ultrapassar 30 (trinta) dias.

16.12. O atraso injustificado superior a 30 (trinta) dias na entrega de material ou execução de serviço poderá caracterizar a inexecução total deste contrato, a juízo da CONTRATANTE.

16.13. A CONTRATADA estará sujeita à multa compensatória de:

I - 1% (um por cento), calculada sobre o valor da nota fiscal correspondente ao material ou ao serviço em que tenha ocorrida a falta, quando caracterizada a inexecução parcial ou a execução insatisfatória deste contrato;

II - 1% (um por cento), calculada sobre o valor que reste executar deste contrato ou sobre o valor da dotação orçamentária que reste executar, o que for menor, pela:

a) inexecução total deste contrato;

b) pela interrupção da execução deste contrato, sem prévia autorização da CONTRATANTE.

III – 0,5% (zero vírgula cinco por cento) do valor deste contrato ou do valor da dotação orçamentária, o que for menor, por dia de atraso, observado o máximo de 2% (dois por cento) pela recusa injustificada em apresentar a garantia prevista neste contrato;

IV – até 1% (um por cento) sobre o valor que reste executar deste contrato ou sobre o valor da dotação orçamentária que reste executar, o que for menor, pelo descumprimento de qualquer cláusula contratual, respeitado o acima disposto neste subitem.

16.14. O impedimento de licitar e contratar com a Administração Pública poderá ser aplicado à CONTRATADA se, por culpa ou dolo, prejudicar ou tentar prejudicar a execução deste ajuste, nos seguintes prazos e situações:

I - por até 06 (seis) meses:

a) atraso no cumprimento das obrigações assumidas contratualmente, que tenha acarretado prejuízos financeiros para a CONTRATANTE;



b) execução insatisfatória do objeto deste contrato, se antes tiver havido aplicação da sanção de advertência ou multa, na forma descrita anteriormente.

II - por até 02 (dois) anos:

- a) não conclusão dos serviços contratados;
- b) prestação do serviço em desacordo com as especificações constantes no documento de Autorização de Produção ou no documento de Autorização de Veiculação, depois da solicitação de correção efetuada pela CONTRATANTE;
- c) cometimento de quaisquer outras irregularidades que acarretem prejuízo à CONTRATANTE, ensejando a rescisão deste contrato por sua culpa;
- d) condenação definitiva por fraude fiscal no recolhimento de quaisquer tributos e contribuições, praticada por meios dolosos;
- e) apresentação, à CONTRATANTE, de qualquer documento falso ou falsificado, no todo ou em parte, com o objetivo de participar da licitação que deu origem a este contrato, que venha ao conhecimento da CONTRATANTE após a assinatura deste contrato, ou para comprovar, durante sua execução, a manutenção das condições apresentadas na habilitação;
- f) ocorrência de ato capitulado como crime pela Lei nº 14.133/2021, praticado durante o procedimento licitatório, que venha ao conhecimento da CONTRATANTE após a assinatura do contrato;
- g) reprodução, divulgação ou utilização, em benefício próprio ou de terceiros, de quaisquer informações de que seus empregados tenham tido conhecimento em razão da execução deste contrato, sem consentimento prévio e expresso da CONTRATANTE.

16.15.A declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com a Administração Pública será aplicada quando constatada má-fé, ação maliciosa e premeditada em prejuízo da CONTRATANTE, atuação com interesses escusos, reincidência em faltas que acarretem prejuízo à CONTRATANTE ou aplicações anteriores de sucessivas outras sanções.

16.15.1.A declaração de inidoneidade será aplicada à CONTRATADA se, entre outros casos:

- I - sofrer condenação definitiva por fraude fiscal no recolhimento de quaisquer tributos, praticada por meios dolosos;
- II - demonstrar, a qualquer tempo, não possuir idoneidade para licitar ou contratar com a CONTRATANTE, em virtude de atos ilícitos praticados;
- III - reproduzir, divulgar ou utilizar, em benefício próprio ou de terceiros, quaisquer informações de que seus empregados tenham tido conhecimento em razão da execução deste contrato, sem consentimento prévio da CONTRATANTE.

16.16.A declaração de inidoneidade implica proibição da CONTRATADA de transacionar com a Administração Pública, enquanto perdurarem os motivos determinantes da punição ou até que seja promovida a reabilitação perante a autoridade que aplicou a penalidade, que será concedida sempre que a CONTRATADA ressarcir a CONTRATANTE pelos prejuízos resultantes e depois de decorrido o prazo da sanção aplicada.

16.17.Da aplicação das sanções de advertência, suspensão temporária de participação da seleção interna, multa e impedimento de licitar ou contratar com a Administração caberá recurso, no prazo de 05 (cinco) dias úteis, contados do primeiro dia útil subsequente ao do recebimento da comunicação.

16.18.O recurso referente à aplicação de sanções deverá ser dirigido à autoridade imediatamente superior, por intermédio daquela responsável pela sua aplicação, a qual poderá reconsiderar sua decisão, no prazo de 05 (cinco) dias úteis, ou, nesse



mesmo prazo, enviá-lo à instância superior, devidamente motivado, devendo, neste caso, a decisão ser proferida dentro do prazo de 05 (cinco) dias úteis, contados do recebimento do recurso, conforme especificado a seguir:

- a) a advertência, a suspensão temporária de participação da seleção interna e a multa;
- b) impedimento de licitar ou contratar com a Administração Pública;

16.19. As sanções aqui previstas são independentes entre si, podendo ser aplicadas isoladas ou cumulativamente sem prejuízo de outras medidas cabíveis, respondendo ainda a CONTRATADA por qualquer indenização suplementar no montante equivalente ao prejuízo excedente que causar, na forma do parágrafo único do art. 416 do Código Civil Brasileiro.

16.20. A aplicação das sanções previstas neste contrato não exclui a possibilidade de aplicação de outras, prevista na Lei nº 14.133/2021, incluída a responsabilização da CONTRATADA por eventuais perdas e danos causados à CONTRATANTE.

16.21. O valor das multas poderá ser descontado da garantia constituída, do valor da fatura de quaisquer serviços referentes ao presente contrato, cobrado diretamente ou, ainda, quando for o caso, cobrado judicialmente da CONTRATADA, ressalvado os valores devidos a terceiros, fornecedores, veículos e demais meios de comunicação.

16.22. O valor das multas deverá ser recolhido no prazo máximo de 10 (dez) dias corridos, a contar da data do recebimento da comunicação enviada pela CONTRATANTE.

CLÁUSULA DÉCIMA SÉTIMA – DA EXTINÇÃO CONTRATUAL

17.1. Este contrato poderá ser rescindido, independentemente de interpelação judicial ou extrajudicial, pelos motivos previstos no art. 137 e nas formas estabelecidas no art. 138, todos da Lei nº 14.133/21, assim como, se as CONTRATADAS:

I – Utilizarem este contrato, em qualquer operação financeira;

II – Forem atingidas por protesto de título, execução fiscal ou outros fatos que comprometam a sua capacidade econômico-financeira;

III – Não mantiverem suas condições de habilitação;

IV – Deixarem de comprovar sua regularidade fiscal, inclusive contribuições previdenciárias e depósitos do FGTS, para com seus empregados, na forma definida neste contrato;

V – Não prestarem garantia nos termos contratualmente previstos; VI – Forem envolvidas em escândalo público e notório;

VII – Quebrarem o sigilo profissional;

VIII – Utilizarem, em benefício próprio ou de terceiros, informação não divulgadas ao público e às quais tenha acesso por força de suas atribuições contratuais.

IX – Motivarem a suspensão dos serviços por parte de autoridades competentes;

X – Atrasarem por mais de 60 dias a implantação da estrutura em Cuiabá, a alocação dos profissionais nesta estrutura ou o início da operação de atendimento publicitário.

XI – Não quitarem os compromissos com fornecedores de serviços especializados e veículos, configurando inadimplência superior a 30 dias da obrigação;



17.1.1. Exceto quando se tratar de caso fortuito, força maior ou razões de interesse público, a rescisão acarretará, independentemente de qualquer procedimento judicial ou extrajudicial, a retenção:

I – dos créditos decorrentes deste contrato, até o limite dos prejuízos causados a CONTRATANTE;

II – dos créditos existentes em outros contratos, porventura vigente entre a CONTRATANTE e as CONTRATADAS, até o limite dos prejuízos causados;

III – ou execução da garantia contratual, para ressarcimento da CONTRATANTE dos valores das multas e indenizações a ela devidos.

17.1.2. Caso a retenção não possa ser efetuada, no todo ou em parte, na forma prevista no subitem 17.1.1., a CONTRATADA será notificada para, no prazo de 05 (cinco) dias úteis, a contar do recebimento da notificação, recolher o respectivo valor em agência do BANCO DO BRASIL.

17.1.3. Em caso de associação das CONTRATADAS com outras empresas, de cessão ou transferência, total ou parcial, bem como de fusão, cisão ou incorporação, caberá a CONTRATANTE decidir justificadamente sobre a continuidade deste CONTRATO.

17.2. A rescisão, por algum dos motivos previstos no subitem 17.1., não dará às CONTRATADAS direito a indenização a qualquer título, independentemente de interpelação judicial ou extrajudicial, com a exceção do que estabelece o art. 138, parágrafo 2º, da Lei nº 14.133/21.

17.3. Os casos de rescisão contratual serão formalmente motivados nos autos do Processo Administrativo, assegurado o contraditório e a ampla defesa.

17.4. A rescisão unilateral ou amigável deverá ser precedida de autorização escrita e fundamentada da autoridade competente.

17.5. A revogação deste contrato poderá ser aplicada juntamente com as demais penalidades previstas na Cláusula Décima Sétima.

CLÁUSULA DÉCIMA OITAVA – DAS RETIFICAÇÕES

18.1. Toda e qualquer alteração ou modificação nas condições estabelecidas no presente contrato será feita através de Termo Aditivo, e reger-se-á pela disciplina dos arts. 124 e seguintes da Lei nº 14.133, de 2021.

18.2. O contratado é obrigado a aceitar, nas mesmas condições contratuais, os acréscimos ou supressões que se fizerem necessários, até o limite de 25% (vinte e cinco por cento) do valor inicial atualizado do contrato.

18.3. As alterações contratuais deverão ser promovidas mediante celebração de termo aditivo, submetido à prévia aprovação da consultoria jurídica do contratante, salvo nos casos de justificada necessidade de antecipação de seus efeitos, hipótese em que a formalização do aditivo deverá ocorrer no prazo máximo de 1 (um) mês (art. 132 da Lei nº 14.133, de 2021).

CLÁUSULA DÉCIMA NONA – DOS CASOS OMISSOS

19.1. Os casos omissos serão decididos pelo contratante, segundo as disposições contidas na Lei 12.232/2010 e Lei nº 14.133, de 2021, nas demais normas aplicáveis



e, subsidiariamente, segundo as disposições contidas na Lei nº 8.078, de 1990 – Código de Defesa do Consumidor – e normas e princípios gerais dos contratos.

CLÁUSULA VIGÉSIMA – DA PUBLICAÇÃO

20.1. Incumbirá ao contratante divulgar o presente instrumento no Portal Nacional de Contratações Públicas (PNCP), na forma prevista no art. 94 da Lei 14.133, de 2021, bem como no respectivo sítio oficial na Internet, em atenção ao art. 91, caput, da Lei n.º 14.133, de 2021, e ao art. 8º, §2º, da Lei n. 12.527, de 2011, c/c art. 7º, §3º, inciso V, do Decreto n. 7.724, de 2012.

20.2. O presente Contrato terá seu extrato publicado na Gazeta Municipal de Cuiabá.

CLÁUSULA VIGÉSIMA PRIMEIRA – DA PROTEÇÃO DE DADOS PESSOAIS

21.1. As regras relativas à proteção de dados pessoais estão dispostas no Edital e no Termo de Referência N° 011/2024.

CLÁUSULA VIGÉSIMA SEGUNDA – DAS DISPOSIÇÕES FINAIS

22.1. As CONTRATADAS deverão se guiar pelo Código de Ética dos Profissionais da Propaganda e pelas normas correlatas, com o objetivo de produzir publicidade que esteja de acordo com as normas que regulam essa atividade, inclusive as normas éticas, estabelecidas pelo Código Brasileiro de Autorregulamentação Publicitária e pela Lei Anticorrupção.

22.2. A CONTRATANTE providenciará a publicação do extrato deste contrato e de seus eventuais termos aditivos na imprensa oficial, a suas expensas, na forma prevista no art. 89 § 1º, da Lei nº 14.133/21.

22.3. As alterações contratuais serão promovidas em conformidade com a Lei nº 14.133/21.

22.4. Além das disposições contidas neste CONTRATO, também é aplicável a Lei nº 12.232/2010 e complementarmente as Leis nº 4.680/65, nº 14.133/21, assim como o Decreto nº 57.690/66.

22.5. A omissão ou tolerância da CONTRATANTE em exigir o estrito cumprimento das disposições deste contrato ou em exercer prerrogativa dele decorrente – não constituirá novação ou renúncia nem lhe afetará o direito de, a qualquer tempo, exigir o fiel cumprimento do avençado.

22.6. As informações sobre a execução deste contrato, com os nomes dos fornecedores de serviços especializados e de veículos de divulgação, serão divulgadas pela CONTRATANTE na internet.

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

22.7. A responsabilidade imputada às CONTRATADAS por prejuízos relacionados à execução deste contrato não cessa com o fim desta relação contratual.

22.8. Quando não mencionado em contrário, os prazos contados neste contrato são contados em dias corridos.

22.8.1. Na contagem dos prazos, excluir-se-á o dia do início e incluir-se-á o do vencimento.



22.8.2. Será transferido para o dia útil subsequente o vencimento do prazo que ocorra em dia em que não haja expediente administrativo da CONTRATANTE.

22.9. A juízo da CONTRATANTE, as campanhas publicitárias das propostas vencedoras da licitação que deu origem a este contrato poderão ou não ver a ser produzidas e distribuídas, com ou sem modificações nas suas vigências.

CLÁUSULA VIGÉSIMATERCEIRA – DO REAJUSTE DE PREÇOS

23.1. Durante a vigência do Contrato, os preços são fixos e irremovíveis no prazo de um ano contado da data limite para a apresentação das propostas no processo licitatório;

23.2 Dentro do prazo de vigência do contrato e **mediante solicitação da contratada**, os preços contratados poderão sofrer reajuste após o interregno de um ano, exclusivamente para as obrigações iniciadas e concluídas após a ocorrência da anualidade.

23.3 Os valores contratados serão reajustados, tendo como limite máximo a variação do Índice de Preços ao Consumidor Amplo - IPCA.

23.4 A aplicação do índice vincula-se à sua divulgação oficial do mês de reajuste, não devendo ser utilizado o cálculo *pró-rata*, mas sim o mês cheio.

23.5 Nos reajustes subsequentes ao primeiro, o interregno mínimo de um ano será contado a partir dos efeitos financeiros do último reajuste.

CLÁUSULA VIGÉSIMAQUARTA – DO FORO

24.1. Fica eleito o foro da Justiça Estadual da Comarca de Cuiabá/Estado de Mato Grosso para dirimir qualquer dúvida decorrente do presente contrato, com renúncia de qualquer outro.

E assim, por estarem às partes justas e contratadas, foi lavrando o presente instrumento em 02 (duas) vias de igual teor em forma que, lido e achado conforme pelas PARTES, vai por elas assinado para que produza todos os efeitos de direito na presença das testemunhas abaixo identificadas.

CUIABÁ, XX DE XXXXXXXX DE 2024.

CONTRATANTE:

VEREADOR FRANCISCO CARLOS DE AMORIM SILVEIRA (CHICO 2000) – PL
Presidente da Câmara Municipal de Cuiabá

CONTRATADA:

NOME EMPRESA
CNPJ Nº.

TESTEMUNHAS:

1º: _____
RG: _____
CPF/MF: _____

2º _____
RG: _____
CPF/MF: _____



ANEXO VI
MODELO DE DECLARAÇÃO
DECLARAÇÃO

Processo Administrativo 2024.011.048
OBJETO: Representação em licitação
CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2024

Empresa inscrita no CNPJ nº.....por
intermédio de seu representante o(a)
Sr(a)....., portador (a) da Carteira de
Identidade RG. N. e do CPF

DECLARA sob as penas da Lei:

1) Conhecimento do instrumento convocatório; ter recebido o invólucro n. 1, assim como todos os documentos e informações necessários à participação na Concorrência, conhecendo e acatando as condições para o cumprimento das obrigações objeto da presente licitação;

2) Atendimento ao que determina a Constituição Federal, em seu artigo 7º, inciso XXXIII, no sentido de que não emprega menor de dezoito anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre e não emprega menor de dezesseis anos:

() Ressalva: contratar menor, a partir de quatorze anos, na condição de aprendiz. (em caso afirmativo, assinalar).

3) Inexistência de impedimentos para a participação: Que não incorre em nenhum dos casos relacionados nos itens 4.19. e seguintes deste Edital.

4) Elaboração independente de Proposta:

a) Que a proposta apresentada foi elaborada de maneira independente;

b) Que a intenção de apresentar a proposta elaborada para participar dessa Concorrência Pública não foi informada, discutida ou recebida de qualquer outro participante potencial ou de fato da desta Concorrência, por qualquer meio ou por qualquer pessoa;

c) Que não tentou, por qualquer meio ou por qualquer pessoa, influenciar na decisão de qualquer outro participante potencial ou de fato dessa Concorrência Pública quanto a participar ou não da referida licitação;

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

e) Que o conteúdo da proposta apresentada para participar dessa Concorrência não foi, no todo ou em parte, direta ou indiretamente, informado, discutido ou recebido de qualquer integrante da Secretaria de Comunicação da Câmara Municipal de Cuiabá antes da abertura oficial das propostas.

..... de.....de 2024.

**CARIMBO/CNPJ E ASSINATURA DO REPRESENTANTE LEGAL DA EMPRESA
IDENTIFICAÇÃO DO CARGO/FUNÇÃO DO FIRMATÁRIO.**



ANEXO VII

**REQUERIMENTO DE BENEFÍCIO DO TRATAMENTO DIFERENCIADO E
DECLARAÇÃO PARA MICROEMPRESAS E EMPRESAS DE PEQUENO PORTE
(LEI COMPLEMENTAR Nº 123/2006)**

(Papel timbrado da empresa)

À CÂMARA MUNICIPAL DE CUIABÁ

Ref : EDITAL DE LICITAÇÃO NA MODALIDADE CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº
001/2024

EMPRESA:

, com sede
, CNPJ/MF nº , devidamente registrada na Junta
Comercial sob o número , neste ato representada por seu representante legal: ,
portador(a) da Carteira de Identidade RG nº - SSP/ e do CPF/MF nº
, solicita que na licitação CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2024 seja dado o
tratamento diferenciado concedido a essas empresas, com base nos artigos 42 a 45
da Lei Complementar n.º 123, de 14 de dezembro de 2006, com fundamento na
CERTIDÃO anexa, emitida pela Junta Comercial, para comprovação da condição de
microempresa ou empresa de pequeno porte, na forma do art. 8º da Instrução
Normativa nº 103/2007 do Departamento Nacional de Registro do Comércio – DNRC.

Para efeito do benefício legal a que se refere o presente requerimento, declaramos:

- a) O pleno atendimento às condições previstas na Lei Complementar Federal nº 123/2006, para enquadramento na condição de Microempresa/Empresa de Pequeno Porte;
- b) A inexistência de qualquer um dos impedimentos entre os previstos nos incisos do § 4º do artigo 3º da Lei Complementar Federal nº 123, de 14 de dezembro de 2006;
- c) O conhecimento das consequências legais decorrentes da apresentação de declaração falsa objetivando os benefícios da Lei Complementar nº 123/2006.

Local, DATA

Assinatura do representante legal sob carimbo

RG:

CPF:

CNPJ da empresa



ANEXO VIII
TERMO ANTICORRUPÇÃO

_____, por seu Representante legalmente constituído, DECLARA, sob as penas da lei:

Que está ciente, conhece e entende os termos das leis anticorrupção brasileiras ou de quaisquer outras aplicáveis sobre o objeto do presente Contrato, comprometendo-se a abster-se de qualquer atividade que constitua uma violação das disposições destas Regras Anticorrupção, por si e por seus administradores, diretores, funcionários e agentes, bem como seus sócios que venham a agir em seu nome.

Que se obriga a conduzir suas práticas comerciais, durante a consecução do presente Contrato, de forma ética e em conformidade com os preceitos legais aplicáveis.

Que na execução deste Contrato, nem a empresa nem qualquer de seus diretores, empregados, agentes ou sócios agindo em seu nome, devem dar, oferecer, pagar, prometer pagar, ou autorizar o pagamento de, direta ou indiretamente, qualquer dinheiro ou qualquer coisa de valor a qualquer autoridade governamental, consultores, representantes, parceiros, ou quaisquer terceiros, com a finalidade de influenciar qualquer ato ou decisão do agente ou do governo, ou para assegurar qualquer vantagem indevida, ou direcionar negócios para, qualquer pessoa, e que violem as Regras Anticorrupção.

A empresa, por si e por seus administradores, diretores, empregados, agentes, proprietários e acionistas que atuam em seu nome, concorda que a contratante ou seu cliente final terão o direito de realizar procedimento de auditoria para certificar-se da conformidade contínua com as declarações e garantias dadas neste ato, mediante notificação prévia, e que deve cooperar plenamente em qualquer auditoria realizada nos termos desta Declaração. Declara neste ato que: (a) não violou, viola ou violará as Regras Anticorrupção; (b) tem ciência que qualquer atividade que viole as Regras Anticorrupção é proibida e que conhece as consequências possíveis de tal violação, inclusive a possibilidade de rescisão motivada imediata do presente Contrato, independentemente de qualquer notificação, observadas as penalidades devidas.

Cuiabá/MT, ____ de _____ de 2024.

Assinatura do representante legal sob carimbo

RG:

CPF:

CNPJ da empresa



ANEXO IX
MODELO DE PROPOSTA DE PREÇO
CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 01/2024

Referência: Licitação promovida pela CÂMARA MUNICIPAL DE CUIABÁ

Nome empresarial da licitante:

CNPJ:

Endereço, telefone e e-mail:

Validade da proposta(.....) dias (no mínimo 120 dias), a partir da data de sua apresentação.

1) Declaramos que, na vigência do contrato decorrente da Concorrência nº 01/2024, promovida pela CÂMARA MUNICIPAL DE CUIABÁ, serão cobrados os seguintes honorários:

a) Honorários de% (.....) sobre os custos (i) à produção e à execução técnica de peça e ou material, assim como (ii) ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos, de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas ou a serem realizadas; (iii) à criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias;

b) Em decorrência dos trabalhos de criação e produção interna, será aplicada a Tabela Referencial de Custos Internos editada pelo Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Mato Grosso, vigente quando da prestação dos serviços correspondentes, com um desconto de% (..... por cento);

O preço proposto contempla todos os custos e despesas necessários à plena execução do serviço, tais como de pessoal e de administração e todos os encargos (obrigações sociais, impostos, taxas etc.) incidentes sobre os serviços objeto desta licitação, nada mais sendo lícito pleitear da CMC a esse título.

2) Declaramo-nos cientes de que a CMC procederá à retenção de tributos e contribuições nas situações previstas em lei.

3) O desconto de agência ou honorários de mídia será pago à agência que intermediar a compra de espaço/tempo publicitários, pelos Veículos de Comunicação, na base de 20% sobre o valor da mídia efetivamente negociada, sendo que o Veículo emitirá sua fatura contra a CMC correspondente à chamada "parte líquida", correspondente a 80% do valor da mídia, e a agência emitirá sua nota-fiscal correspondente a % (..... por cento), já deduzido o repasse de 3% (três) por cento) sobre o valor da mídia negociada, contra a CMC.

4) Informamos conhecer e aceitar as disposições alusivas a direitos autorais estabelecidas na minuta de contrato (ANEXO V).

.....dede 2024.

CARIMBO/CNPJ E ASSINATURA DO REPRESENTANTE LEGAL DA EMPRESA
IDENTIFICAÇÃO DO CARGO/FUNÇÃO DO FIRMATÁRIO

Observação: a proposta de preço deverá ser elaborada em papel timbrado da licitante e assinada por seu representante, cuja competência para prática deste ato deverá ser documentalmente comprovada.



**ANEXO X
DECLARAÇÃO DE CAPACIDADE TÉCNICA
CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2024**

Declaramos para os devidos fins que a empresa (nome e CNPJ da licitante), estabelecida à (endereço da licitante), fornece(u) executa(ou) para (nome e CNPJ da empresa emitente), estabelecida à (endereço da empresa emitente), no período de/...../..... a/...../..... o(s) serviço(s) abaixo especificado(s), de forma adequada, atingindo plenamente os objetivos por nós desejados: SERVIÇOS: (como tal definidos no art. 2º e no seu parágrafo 1º, incisos I e II, a Lei 12.232/2010.

....., de de 2024.

CARIMBO/CNPJ E ASSINATURA DA EMPRESA EMITENTE

Atenção: não serão aceitas declarações emitidas para agências de propaganda ou para suas respectivas filiais, que não sejam aquelas que efetivamente tenham assinado o contrato com a emitente.

ANEXO XI - MODELOS DE NOTAS E PESOS - PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA - 55 (CINQUENTA E CINCO) PONTOS A SEREM DISTRIBUÍDOS CONFORME TABELA ABAIXO:

CAMPANHA 01		MEMBRO 1		
SUBQUESITO	ASPECTOS AVALIAÇÃO	PONTUAÇÃO DE 0 A 10	PESO MÁXIMO	JUSTIFICATIVA
RACIOCÍNIO BÁSICO	a) a acuidade demonstrada na análise das características e especificidades da contratante e do contexto de sua atuação;	10	1,67	
	b) a pertinência dos aspectos relevantes e significativos apresentados, relativos às necessidades de comunicação publicitária identificadas;	10	1,67	
	c) a assertividade demonstrada na análise do desafio de comunicação a ser superado pela contratante e no entendimento dos objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing	10	1,67	
SUBTOTAL MÁXIMO 5 PONTOS		30	5	
NOTA AJUSTADA			5	

SUBQUESITO	ASPECTOS AVALIAÇÃO	PONTUAÇÃO DE 0 A 10	PESO MÁXIMO	JUSTIFICATIVA
ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO	a) a adequação do partido temático e do conceito à natureza e às atividades da contratante, bem como ao desafio e aos objetivos de comunicação;	10	3,3	
	b) a consistência da argumentação em defesa do partido temático e do conceito;	10	3,3	
	c) as possibilidades de interpretações positivas do conceito para a comunicação publicitária da contratante com seus públicos;	10	3,3	

PUBLICITÁRIA	d) a consistência técnica dos pontos centrais da Estratégia de Comunicação Publicitária proposta;	10	3,3	
	e) a capacidade da licitante de articular os conhecimentos sobre a contratante, o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing;	10	3,3	
	f) a exequibilidade da Estratégia de Comunicação Publicitária, considerada a verba referencial.	10	3,3	
SUBTOTAL MÁXIMO 20 PONTOS		60	20	
NOTA AJUSTADA		20		

SUBQUESITO	ASPECTOS AVALIAÇÃO	PONTUAÇÃO DE 0 A 10	PESO MÁXIMO	JUSTIFICATIVA
IDEIA CRIATIVA	a) o alinhamento da campanha com a Estratégia de Comunicação Publicitária;	10	2,86	
	b) a pertinência da solução criativa com a natureza da contratante, com o desafio e com os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing;	10	2,86	
	c) a adequação das peças publicitárias ao perfil dos segmentos de público-alvo;	10	2,86	
	d) a compatibilidade das peças publicitárias com os meios e veículos de divulgação a que se destinam;	10	2,86	
	e) a originalidade da solução criativa e a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;	10	2,86	
	f) a clareza e precisão das mensagens e a adequação da linguagem com os públicos-alvo;	10	2,86	
	g) a exequibilidade das peças e de todos os elementos propostos, com base na verba referencial para investimento.	10	2,86	
SUBTOTAL MÁXIMO 20 PONTOS		70	20	
NOTA AJUSTADA		20		

SUBQUESITO	ASPECTOS AVALIAÇÃO	PONTUAÇÃO DE 0 A 10	PESO MÁXIMO	JUSTIFICATIVA
ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA	a) a adequação da Estratégia de Mídia e Não Mídia com as características da ação publicitária, com a verba referencial	10	2	
	b) a consistência técnica demonstrada na proposição e defesa da estratégia, da tática e do plano de mídia;	10	2	
	c) a consistência do conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de públicos-alvo da campanha publicitária;	10	2	
	d) a adequação da proposta no uso dos recursos próprios de comunicação da contratante e seu alinhamento com a Estratégia de Mídia e Não Mídia;	10	2	
	e) o grau de eficiência e a economicidade na utilização da verba referencial para investimento, demonstrados na simulação dos parâmetros de cobertura e frequência.	10	2	
SUBTOTAL MÁXIMO 10 PONTOS		50	10	
NOTA AJUSTADA		10		

TOTAL PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

55,00

NOTA FINAL AJUSTADA =

MODELOS DE NOTAS E PESOS				
NOTA MEMBRO	PESO RACIOCÍNIO BÁSICO	PESO ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA	PESO IDEIA CRIATIVA	PESO ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA
10	1,67	3,33	2,86	2
9,5	1,58	3,17	2,71	1,9
9	1,5	3	2,57	1,8
8,5	1,42	2,83	2,43	1,7
8	1,33	2,67	2,29	1,6
7,5	1,25	2,5	2,14	1,5
7	1,17	2,33	2	1,4
6,5	1,08	2,17	1,86	1,3
6	1	2	1,71	1,2

ANEXO XII - MODELOS DE NOTAS E PESOS - CONJUNTO DE INFORMAÇÕES DO PROPONENTE

CONJUNTO DE INFORMAÇÕES DO PROPONENTE - 45 (QUARENTA E CINCO) PONTOS A SEREM DISTRIBUÍDOS CONFORME TABELA ABAIXO:

CAMPANHA 01		MEMBRO 1		
QUESITOS	ASPECTOS AVALIAÇÃO	PONTUAÇÃO DE 0 A 10	PESO MÁXIMO	JUSTIFICATIVA
CAPACIDADE DE ATENDIMENTO	a) o porte e a tradição dos clientes, como anunciantes publicitários, e o período de atendimento a cada um;	10	5	
	b) a experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias e a adequação das quantificações e qualificações desses profissionais às necessidades de comunicação publicitária da contratante;	10	5	
	c) a adequação da infraestrutura e das instalações que estarão à disposição da contratante na execução do contrato;	10	5	
	d) a funcionalidade do relacionamento operacional entre a contratante e a licitante;	10	5	
	e) a relevância e 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 contratante.	10	5	
SUBTOTAL MÁXIMO 25 PONTOS		50	25	
NOTA AJUSTDA		25		

MODELOS DE NOTAS E PESOS			
NOTA MEMBRO	PESO CAPACIDADE DE ATENDIMENTO	PESO REPERTÓRIO	PESO RELATOS DE SOLUÇÕES
10	5	3,3	2,5
9,5	4,75	3,14	2,38
9	4,5	2,97	2,25
8,5	4,25	2,81	2,13
8	4	2,64	2
7,5	3,75	2,48	1,88
7	3,5	2,31	1,75
6,5	3,25	2,15	1,63
6	3	1,98	1,5

QUESITO	ASPECTOS AVALIAÇÃO	PONTUAÇÃO DE 0 A 10	PESO MÁXIMO	JUSTIFICATIVA
REPERTÓRIO	a) a originalidade da solução criativa e sua adequação à natureza do cliente, ao público-alvo e ao desafio de comunicação;	10	3,3	
	b) a clareza e precisão das mensagens e a adequação da linguagem às características dos meios e públicos-alvo;	10	3,3	
	c) a qualidade da produção, da execução e do acabamento das peças.	10	3,3	
SUBTOTAL MÁXIMO 10 PONTOS		30	10	
NOTA AJUSTDA		10		

QUESITO	ASPECTOS AVALIAÇÃO	PONTUAÇÃO DE 0 A 10	PESO MÁXIMO	JUSTIFICATIVA
RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO	a) a evidência de planejamento estratégico por parte da licitante na proposição da solução publicitária;	10	2,5	
	b) a demonstração de que a solução publicitária contribuiu para o alcance dos objetivos de comunicação do cliente;	10	2,5	
	c) a complexidade do desafio de comunicação apresentado no Relato e a relevância dos resultados obtidos;	10	2,5	
	d) o encadeamento lógico da exposição do Relato pela licitante.	10	2,5	
SUBTOTAL MÁXIMO 10 PONTOS		40	10	
NOTA AJUSTDA		10		
TOTAL PLANO DO CONJUNTO DE INFORMAÇÕES DO PROPONENTE			45,00	

NOTA FINAL AJUSTADA



Anexo XIII

BRIEFING

INTRODUÇÃO:

As Câmaras

Com a Independência do Brasil, a autonomia que gozavam as câmaras municipais é drasticamente diminuída. O império centraliza a administração pública após a Constituição de 1824. A duração da legislatura é fixada em quatro anos e o vereador mais votado assumia a presidência da câmara, visto que até então não havia a figura do “prefeito”.

Com a Proclamação da República, as câmaras municipais são dissolvidas e os governos estaduais nomeavam os membros do “conselho de intendência”. Em 1905, cria-se a figura do “intendente” que permaneceu até 1930 com o início da Era Vargas. Com a Revolução de 1930 criam-se as prefeituras, às quais foram atribuídas as funções executivas dos municípios. Assim, as câmaras municipais passaram a ter especificamente o papel de casa legislativa.

Durante o Estado Novo, entre 1937 e 1945, as câmaras municipais são fechadas e o poder legislativo dos municípios é extinto. Com a restauração da democracia em 1945, as câmaras municipais são reabertas e começam a tomar a forma que hoje possuem.

A Câmara na Constituição de 1988

Segundo a Carta Magna brasileira, compete às câmaras municipais:

- a) Fiscalização das contas do Município.
- b) Elaborar a Lei Orgânica.
- c) Organizar as funções internas para legislar e fiscalizar.
- d) Nomear logradouros, elaborar leis ordinárias ou apreciar aquelas cuja iniciativa é prerrogativa do Executivo.

A CÂMARA MUNICIPAL DE CUIABÁ

História da Câmara de Cuiabá

Em 1º de janeiro de 1727, instalou-se a “**Vila Real do Bom Jesus de Cuiabá**”, e foi instalada a Câmara Municipal de Cuiabá, juntamente com as armas e os símbolos municipais.

A 1ª Câmara funcionou no sobrado de uma cadeia, juntamente com o quartel para tropa, onde atualmente funciona o Sesc Arsenal, no Porto.

A Câmara governou através de uma junta nos anos da instauração da independência, pois o clero e o povo depuseram o último governador. Sob o regime de Juntas, Cuiabá entrou no período do Brasil independente em 1772 a 1789.

A partir do ano de 1888 é que começa os registros nos anais da Câmara Municipal de



ESTADO DE MATO GROSSO CÂMARA MUNICIPAL DE CUIABÁ

Cuiabá, período em que funcionou a “Junta Municipal”. Com a Proclamação da República no dia 15 de novembro de 1889, introduziu-se as eleições diretas para as Câmaras.

No período inicial da república ocorreu uma substituição dos grupos dominantes, a antiga oligarquia açucareira foi substituída pela nova oligarquia do café. O novo grupo dominante consolidou-se no poder através do Coronelismo que controlava todos os leitores, garantindo sempre ao candidato situacionista a ampla maioria de votos.

Os partidos políticos desse período vinham a ser agremiações formadas por graduados do exército (os coronéis) onde a votação era de cabresto e nem sequer funcionava o voto secreto.

No período de 1890, Cuiabá foi regida por INTENDENCIA, ou seja, a Câmara Municipal delegava poderes aos intendentess para áreas específicas. No princípio, somente os vereadores eram nomeados intendentess.

Já em 1946, um novo período de normalidade se institui e dando início a LEGISLATURA DE 1947 da qual se tem dados suficientes no legislativo da Câmara Municipal de Cuiabá.

Em 23 de dezembro de 1947, sob a presidência do Exmo. Dr. Mário Corrêa da Costa, juiz eleitoral da primeira zona, foi solenemente instalada a Câmara Municipal de Cuiabá, tomando posse do cargo 10 (dez) vereadores eleitos, os quais 05 (cinco) foram eleitos para comporem a 1ª mesa diretora.

Desde a instalação da primeira Câmara Municipal de Cuiabá, em 1947, o exercício do cargo de vereador era gratuito, até que, a partir de 1975, por obra do governo Ernesto Geisel, como forma de garantir ao regime militar apoio nos pequenas cidades, foi instituído o pagamento de salário para o cargo de vereador, independentemente do tamanho e número de habitantes dos municípios.

De 1947 até os presentes dias, passaram pela Casa da Câmara 212 vereadores e 37 presidentes, sem considerar o período de Juntas e Intendência.

O 1º endereço da Câmara registrado nos documentos, após 1947, foi em um prédio em frente à Prefeitura Municipal de Cuiabá (antigo BEMAT). O 2º endereço, na Avenida Generoso Ponce o 3º endereço na Avenida Isaac Povoas, no atual Edifício Wall Street, o 4º endereço na Rua Comandante Costa, nº 1494, próximo ao Colégio Coração de Jesus, o 5º endereço na Avenida Getúlio Vargas, nº 490, antiga Secretaria da Fazenda. E o 6º e atual endereço, é na Rua Barão de Melgaço, Praça Pascoal Moreira Cabral, onde também se localiza o Centro Geodésico da América do Sul.

Hoje a Legislatura atual conta com 25 vereadores eleito democraticamente pelo voto direto. Na busca de aproximar a Câmara da população cuiabana a ordem é inovar, quantificar e elaborar medidas de comunicação direta entre a população e a sociedade cuiabana e o Legislativo Municipal através dos seus representantes, os vereadores eleitos.



PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO

Missão

A Câmara Municipal de Cuiabá tem como missão legislar sobre assuntos de interesse local (art. 30 da Carta Republicana), fiscalizar o Executivo Municipal, solucionar conflitos, incentivar o cidadão na construção e controle de ações políticas, sociais e econômicas, com o objetivo de melhorar a qualidade de vida na busca da interação social e desenvolver melhoras reais.

Visão

A seu tempo, pretende ser referência na inovação da gestão Legislativa e na atuação da fiscalização, com a participação direta da população bem como valorizar seus servidores através de uma gestão política, administrativa e de pessoal com cidadania. Ser reconhecidos pela sociedade como uma instituição séria que luta pelos seus interesses criando leis céleres e eficientes.

Atributos de valor para a sociedade:

Eficiência

Executar ações, apresentar projetos, indicações e leis com melhor alcance ao resultado na ponta, desenvolvendo, em tempo hábil, atividades de excelente padrão de qualidade e necessidade da população.

Credibilidade

Conquistar a confiança de toda a sociedade cuiabana.

Celeridade

Votar proposituras que venha de encontro aos interesses dos munícipes, buscando atender as demandas dos bairros, no menor tempo possível.

Modernidade

Ser uma instituição reconhecida pela população cuiabana como uma voz ou um apoio em suas necessidades realizando todas as ações com transparência.

Acessibilidade

Garantir o acesso da sociedade as ações e serviços prestados, com mais efetividade e meios de comunicações oficiais e sociais.



ESTADO DE MATO GROSSO CÂMARA MUNICIPAL DE CUIABÁ

Transparência

Disponibilizar as informações processuais e administrativas aprovadas em plenário bem como gastos em todo seu âmbito.

Responsabilidade Socioambiental

Atuar efetivamente com responsabilidade perante a sociedade e com o meio ambiente, além das obrigações legais e econômicas dar ênfase as leis criadas pelos vereadores.

Imparcialidade

Ser uma Câmara justa, reta, equitativa, transparente e neutra.

Ética

Ser uma instituição idônea que baseia a sua atuação nos seus valores, princípios e atendendo aos anseios de todo cuiabano.

Probidade

Atuar com integridade e seriedade.

Princípios Institucionais:

Respeito ao colaborador e ao próximo - Tratar a todos com respeito e urbanidade, valorizando o trabalho em equipe e a construção de confiança e responsabilidades mútuas visando sempre a união entre sociedade e vereadores.

Proatividade - Ter iniciativa em suas ações de forma dinâmica e criativa, com foco no resultado positivo que atenda aos anseios de todos.

Foco em resultado - Ter uma visão clara e objetiva do que precisa ser feito para que a instituição atinja seus resultados bem como a mudança de imagem perante a sociedade.

Integridade - Agir de forma íntegra e imparcial nas suas ações só visando o bem comum.

Comprometimento com a instituição - Realizar o trabalho em total sintonia com a instituição, compreendendo a importância do papel desempenhado por cada um em servir a sociedade.

Cooperação - Ter uma relação baseada na proximidade com a população, no sentido de alcançar os objetivos comuns de mudança de imagem do legislativo municipal.



PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO PARTICIPATIVO DA CÂMARA MUNICIPAL

No Planejamento Estratégico Participativo podemos destacar o aperfeiçoamento da Comunicação Institucional da Casa que tem como objetivo fortalecer a imagem da Câmara, utilizando-se da Comunicação Interna e Externa, além de ser o maior propósito, também é, o seu maior desafio.

A Importância da mudança de conceito e proximidade

O desejo de mudança nasce e toma conta do parlamento municipal na reconstrução da imagem, criada para esta casa de leis.

A importância da mudança de conceito é demonstrar a sociedade que a Câmara Municipal trabalha em favor dos interesses de todos, e que os vereadores lutam de forma incansável, abrangente em cada região para mudar a percepção da sociedade com uma nova visão do legislativo municipal.

O desafio de mudança de percepção da sociedade cuiabana quanto a visão do legislativo municipal estabelece nova linha de comunicação nas peças publicitárias baseadas nas ações legislativas em favor da população destacando a proximidade dos vereadores com seus eleitores.

Novo papel do Poder Legislativo Municipal

Neste sentido, a responsabilidade social na atuação do Poder Legislativo é ampliar o vínculo entre pessoas, melhorando seu desempenho social. A pacificação social decorrente desta política é determinar seu papel em fiscalizar e projetar a Cuiabá que queremos, que desejamos, sempre com um olhar para as necessidades do cidadão.

MODELO DE GESTÃO

O que é o Modelo de Gestão?

É trazer a população cuiabana para dentro da Casa de Leis, com uma participação constante e ativa das discussões nas ações do legislativo municipal, levando a interação das Sessões e Audiências Públicas para dentro dos bairros. Ampliando, assim, a **Estratégia de Legislar com o povo e para o povo**, trabalhando sempre com conceito do coletivo, cultural, social e as suas implicações para o futuro.

Envidar esforços constantes para que a transparência pública esteja ao alcance de toda população.

Suporte aos Vereadores nas ações de divulgação das leis e indicações, fiscalização, cobrança e fatos que irão impactar na vida das pessoas.

Qual o principal objetivo da Câmara Municipal?

Valorizar o diálogo e criar oportunidades para que as pessoas se envolvam nas ações do cotidiano do legislativo municipal, em um cenário distante do ideal, construímos uma relação baseada no entendimento de que a população possa contar com esta casa de leis, participando do engajamento junto as realizações da Câmara da mesma forma que luta pelos seus interesses.



ESTADO DE MATO GROSSO CÂMARA MUNICIPAL DE CUIABÁ

DESAFIOS DE COMUNICAÇÃO

Nosso desafio é transmitir a sociedade a importância do Poder Legislativo para garantir o desenvolvimento socioeconômico de Cuiabá através do trabalho desenvolvido pelos vereadores, seja por meio de um projeto de Lei, de uma indicação, seja pela fiscalização dos gastos e da boa aplicação das políticas públicas.

Objetivo prioritário - fortalecer a imagem da Câmara de Vereadores evidenciando a atuação dos vereadores em benefício da sociedade

Objetivo secundário - Divulgar os canais de comunicação da Câmara Municipal de Cuiabá.

PÚBLICO-ALVO

Toda a população de Cuiabá, sociedade civil, homens e mulheres entre 16 e 80 anos.

CAMPANHA

A campanha se restringirá ao Município de Cuiabá, seus distritos e comunidades, e a toda a baixada Cuiabana do território do Estado de Mato Grosso, devendo ser planejada e distribuída por um período de 30 dias, com o investimento total de R\$ 1.200.000,00 (Um milhão e duzentos mil reais), devendo conter, obrigatoriamente, os 06 (seis) exemplos de peças abaixo listadas.

EXEMPLOS DE PEÇAS OBRIGATÓRIOS:

01 (um) VT (storyboard) de 30 segundos;

01 (um) Spot (roteiro) de 30 segundos;

01 (um) anúncio impresso (jornal ou revista);

01 (um) Outdoor;

01 (uma) mídia digital;

01 (uma) não mídia;

Verba Referencial

O orçamento total referencial será de R\$ 1.200.000,00 (Um milhão e Duzentos mil reais)

Período da Campanha

A campanha será veiculada pelo período de 30 dias.



**ESTADO DE MATO GROSSO
CÂMARA MUNICIPAL DE CUIABÁ**

Plataformas Comunicação Próprias da Câmara

Site da Câmara Municipal de Cuiabá www.camaracuiaba.mt.gov.br

TV Câmara Cuiabá

Rádio Câmara Cuiabá

Mídia Social – Facebook

Mídia Social - Instagram

Observação

As peças deverão respeitar o disposto na identidade visual no Manual da Marca disponível em:
<http://www.camaracuiaba.mt.gov.br>

Atenciosamente;

Elizângela Tenório
Secretária de Comunicação
Câmara Municipal de Cuiabá



INFORMAÇÕES PRIMÁRIAS SOBRE A DESPESA

1. Órgão: Câmara Municipal de Cuiabá	2. Estudo Técnico Preliminar ETP N.º 001/2024 – Câmara Municipal de Cuiabá
3. Número da Unidade Orçamentária: 001	4. Descrição de Categoria de Investimento: Prestação de serviços

FUNDAMENTAÇÃO MÍNIMA PARA AQUISIÇÃO DE BENS

1. DESCRIÇÃO DA NECESSIDADE DA CONTRATAÇÃO, CONSIDERADO O PROBLEMA A SER RESOLVIDO SOB A PERSPECTIVA DO INTERESSE PÚBLICO

Qual a necessidade a ser atendida?	Divulgar os atos da Administração Pública, de forma impessoal e transparente, denota-se imprescindível a contratação de agências de publicidade e propaganda, visando cumprir a função ético-social do Poder Público de levar ao conhecimento da coletividade as atividades desenvolvidas no âmbito da Câmara Municipal de Cuiabá.
------------------------------------	--

2. DEMONSTRAÇÃO DA PREVISÃO DA CONTRATAÇÃO NO PLANO DE CONTRATAÇÕES ANUAL

O objeto está previsto no Plano de Contratações Anual?	
(X) Sim, e corresponde ao item () do referido PCA.	() Não.

3. REQUISITOS DA CONTRATAÇÃO

Qual o tipo de objeto?	() Bem. (X) Serviço.
Qual a natureza do bem ou serviço a ser contratado?	() Continuada com monopólio. (X) Continuada sem monopólio. () Não Continuada.
Qual a vigência da contratação?	() 30 dias (pronta entrega). () 180 dias. (X) 12 meses. () 60 meses. () Indeterminado. () Outro (especificar o prazo). Prazo: _____
Poderá haver prorrogação?	(X) Sim.



	() Não. () Não se aplica pois o prazo é indeterminado.
O serviço ou produto já foi contratado anteriormente?	(X) Sim. Nº Contrato: 012/2019 Vigência contrato: 06/09/2024 () Não.
Há necessidade de treinamento?	() Sim. (X) Não.

4. LEVANTAMENTO DE MERCADO

Onde foram pesquisadas as possíveis soluções?	() Consulta a fornecedores. () Contratações similares. () Internet. (X) Outro. Especificar:				
Justificativa técnica e econômica para a escolha da melhor solução Para a contratação pretendida foram analisados processos similares feitos por outros órgãos e entidades, por meio de pesquisa no âmbito de pregões e contratações, também através do site https://www.comprasgovernamentais.gov.br/ , com objetivo de identificar a existência de novas metodologias, tecnologias ou inovações que melhor atendam às necessidades da Administração.	<table border="1"><thead><tr><th>ORGAO</th><th>OBJETO</th></tr></thead><tbody><tr><td>Assembleia Legislativa do Estado de Mato Grosso - Concorrência Pública nº 01/2017</td><td>A presente concorrência tem por objeto a contratação de até 05 (cinco) agências de propaganda e publicidade para prestação de serviços descritos neste Edital, que são: a) estudo, planejamento, conceituação, concepção, criação, execução interna, intermediação e supervisão da execução interna, bem como a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação com o intuito de atender ao princípio da publicidade e ao direito à informação, de difundir ideais, princípios, iniciativas ou instituições ou de informar o público em geral.;</td></tr></tbody></table>	ORGAO	OBJETO	Assembleia Legislativa do Estado de Mato Grosso - Concorrência Pública nº 01/2017	A presente concorrência tem por objeto a contratação de até 05 (cinco) agências de propaganda e publicidade para prestação de serviços descritos neste Edital, que são: a) estudo, planejamento, conceituação, concepção, criação, execução interna, intermediação e supervisão da execução interna, bem como a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação com o intuito de atender ao princípio da publicidade e ao direito à informação, de difundir ideais, princípios, iniciativas ou instituições ou de informar o público em geral.;
ORGAO	OBJETO				
Assembleia Legislativa do Estado de Mato Grosso - Concorrência Pública nº 01/2017	A presente concorrência tem por objeto a contratação de até 05 (cinco) agências de propaganda e publicidade para prestação de serviços descritos neste Edital, que são: a) estudo, planejamento, conceituação, concepção, criação, execução interna, intermediação e supervisão da execução interna, bem como a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação com o intuito de atender ao princípio da publicidade e ao direito à informação, de difundir ideais, princípios, iniciativas ou instituições ou de informar o público em geral.;				



		<p>b) Também integram o objeto desta concorrência, como atividades complementares, os serviços especializados pertinentes:</p> <p>b.1) planejamento e execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidos os materiais e ações publicitárias, ou sobre os resultados das campanhas realizadas;</p> <p>b.2) a produção e execução técnica das peças e projetos publicitários criados;</p> <p>b.3) a criação e o desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando à expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias.</p>
Prefeitura de Várzea Grande - Concorrência Pública nº 01/2017	Contratação de até 03 (três) Agências para a prestação de SERVIÇOS DE PUBLICIDADE, conforme especificações e quantitativos constantes no Edital e Briefing	
Tribunal de Contas do Estado de Mato Grosso - Concorrência Pública nº	Contratação de empresa especializada (Agência de Propaganda) para prestação de serviços de publicidade, por meio de licitação na modalidade concorrência,	



	01/2018	do tipo TÉCNICA E PREÇO, de acordo com as Leis nº 12.232/2010, nº 4.680/1965 e nº 8.666/1993, para o TCE-MT, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de ações publicitárias junto a publicos de interesse.
Há restrição de fornecedores?	() Sim. (X) Não.	

5. ESTIMATIVA DO QUANTITATIVO NECESSÁRIO

Como se obteve o quantitativo estimado?	() análise de contratações anteriores realizadas pela CMC. (X) análise de contratações similares. () Outro meio. Especificar:
Descrição do quantitativo? 15.000.000,00	Sobre a pesquisa de mercado informando a previsão de preços referenciais como estimativa para a contratação dos serviços pretendidos, cumpre informar que os editais para contratação de agência de publicidade no Estado de Mato Grosso tomam como referência a tabela de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Mato Grosso (Sinapro-MT), conforme os editais consultados em levantamento de mercado que apresentam o mesmo objeto. Para instruir e adequar o processo de licitação à realidade econômica e financeira atual, é recomendado que o percentual de desconto sobre a tabela do Sinapro-MT seja de 50%.



Tal percentual é resultado de uma prática do mercado das agências de propaganda para contratos com prazo de 1 (um) ano, com possibilidade de prorrogação.

A presente contratação não envolve o levantamento prévio das estimativas de preços dos produtos e serviços a serem praticados no decorrer da execução contratual. Para o fornecimento de bens e serviços especializados é necessária a apresentação pelas agências contratadas de 3 (três) orçamentos obtidos entre pessoas, físicas ou jurídicas, previamente cadastradas pela SECOM, que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido. E na contratação de tempos e espaços junto a veículos de comunicação e divulgação, para distribuição das peças publicitárias de uma campanha, são praticados os valores constantes das respectivas tabelas de preços, aplicados os descontos negociados com a SECOM. Assim, nas contratações de serviços de publicidade, para estabelecimento do valor global a ser estimado no âmbito do certame, devem ser consideradas as necessidades de comunicação a serem atendidas no decorrer da execução contratual, em termos de volume, porte e abrangência das demandas potenciais.

No entanto, primeiramente, é preciso destacar que, dentre as ferramentas de comunicação social, Estabelecidas no art. 3º do Decreto 6.555/2008, a publicidade é a que absorve o maior volume dos investimentos públicos, na medida em que envolve a aquisição de tempos e espaços de mídia nos diversos veículos de comunicação e divulgação, para transmissão das mensagens Câmara Municipal a todos os cidadãos do município. Conforme orçamento de veiculação em mídia (anexo a este documento), o valor estimado é de R\$ 15.003.249,00 anual, não computado neste valor o custo de criação e produção das peças publicitárias.

Dessa forma, com vistas a identificar o valor adequado para a presente contratação, faz-se necessário considerar o aumento populacional e o histórico dos valores aplicados pelos órgãos que



atendem como nós a população. Descrevo abaixo:

- GOVERNO DO ESTADO DE MATO GROSSO –
Edital 001/2023 - 100.000.000,00
- ASSEMBLEIA LEGISLATIVA –
Edital 001/2023 – R\$ 80.000.000,00
- PREFEITURA MUNICIPAL DE CUIABÁ –
Edital 006/2023 – 44.000.000,00

O aumento de valor contratual da Câmara Municipal de Cuiabá na contratação publicidade e propaganda justifica-se por uma série de razões que refletem a necessidade de ampliar e aprimorar os esforços de comunicação, conforme os itens abaixo.

Relacionamento com os públicos, visibilidade das ações e incentivo à participação popular:

A comunicação é um pilar fundamental da democracia, pois permite que os cidadãos compreendam como o Poder Público funciona e como as decisões são tomadas. No entanto, muitas vezes, as atividades da Câmara Municipal podem não ser percebidas pela população, seja devido à falta de interesse, falta de acesso à informação ou à complexidade do processo legislativo.

Apesar do impacto direto do trabalho do Legislativo na vida da população, parte das pessoas revela desconhecimento em relação às atividades legislativas. Conforme pesquisa conduzida pela Assembleia Legislativa em 2022, que aferiu o conhecimento do Legislativo pelos mato-grossenses, mais da metade da população entrevistada se declarou mal informada sobre as ações e serviços prestados e menos de 10% percebe que o Legislativo está cumprindo totalmente sua missão, mostrando uma desinformação maior do que a pesquisa de 2016 realizada também pela ALMT.

Esses dados regionais refletem a percepção da população de Cuiabá, maior cidade do Estado e que fez parte do escopo da pesquisa. Isso indica a necessidade do Legislativo municipal também fazer maior esforço na comunicação com a população e ampliar o relacionamento e a divulgação de suas atividades e funções, com os objetivos de engajar, informar e aproximar-se dos cidadãos.

Para cumprir esses objetivos, é necessário que haja um maior investimento em ações de publicidade e propaganda, tornando as atividades da Câmara Municipal mais acessíveis e aproximando e promovendo o relacionamento com os públicos. Isso pode incluir a divulgação de informações sobre projetos de lei em discussão, audiências públicas, sessões plenárias, prestação de contas, entre outras iniciativas relevantes.

Além disso, é necessário que se promova maior participação popular nos processos legislativos, despertando o interesse nos



cidadãos a se envolverem mais ativamente nos processos democráticos, como acompanhar os trabalhos do legislativo, presencialmente ou online, apresentar sugestões e necessidades de melhoria dos serviços públicos.

Promovendo ações também que fortaleçam a democracia

Em tempos de maior desconfiança nas instituições democráticas e aumento da polarização política, é crucial fortalecer a confiança dos cidadãos nos representantes eleitos democraticamente, legitimados a promover o diálogo e a busca por soluções de interesse comum dos cidadãos.

A comunicação publicitária é uma ferramenta que desempenha um papel importante de informar, orientar e aproximar dos cidadãos, destacando o papel essencial da Câmara Municipal na proteção dos direitos dos cidadãos, na promoção da igualdade e na garantia da prestação de serviços públicos de qualidade.

Além disso, ao aumentar a visibilidade da Câmara, é possível estimular um diálogo mais aberto e construtivo entre os legisladores e a comunidade, facilitando a colaboração e o consenso na elaboração de políticas públicas.

Mudança nos hábitos de consumo de mídia:

É importante destacar que para atingir esses objetivos, é necessário aprimorar o processo de comunicação utilizando de forma eficiente todos os meios acessados pelo grande público.

Com o avanço da tecnologia, as formas de consumir informações se diversificaram significativamente. Cada vez mais pessoas obtêm notícias e atualizações por meios online e offline.

Portanto, é essencial que a Câmara Municipal acompanhe essa tendência e aumente seu esforço em comunicação para alcançar o público onde ele está, englobando os ambientes off-line e on-line. Isso demanda maior investimento para aumentar a presença da Câmara Municipal no diversificado mix de meios e veículos. Além disso é necessário produzir mais conteúdos para aprimorar o relacionamento com os cidadãos nos canais próprios.

Além disso, a publicidade hoje trabalha com maior leque de opções que permite segmentar o público-alvo, garantindo que as mensagens da Câmara cheguem às pessoas certas no momento certo. Isso pode ajudar a maximizar o impacto das campanhas de conscientização e engajamento, alcançando um público mais amplo e diversificado.



6. ESTIMATIVA DO VALOR DA CONTRATAÇÃO, ACOMPANHADA DOS PREÇOS UNITÁRIOS REFERENCIAIS

Meios utilizados na pesquisa	<input type="checkbox"/> Paineis de preços <input checked="" type="checkbox"/> Contratações similares <input checked="" type="checkbox"/> Fornecedores <input type="checkbox"/> Internet <input type="checkbox"/> Outro Especificar:
------------------------------	--

7. DESCRIÇÃO DA SOLUÇÃO COMO UM TODO, INCLUSIVE DAS EXIGÊNCIAS RELACIONADAS À MANUTENÇÃO E À ASSISTÊNCIA TÉCNICA (campo não se aplica)

O que será contratado?	Contratação de até 03 (três) agências de propaganda, para a prestação de serviços de publicidade para Câmara Municipal de Cuiabá-MT
Qual o prazo da garantia contratual (se houver)?	<input type="checkbox"/> Não há. <input type="checkbox"/> 90 dias. <input checked="" type="checkbox"/> 12 meses. <input type="checkbox"/> Outro. Especificar:
Há necessidade de assistência técnica?	<input type="checkbox"/> Sim. Caso tenha necessidade, justificar: <input checked="" type="checkbox"/> Não.
Há necessidade de manutenção?	<input type="checkbox"/> Sim. <input checked="" type="checkbox"/> Não.
Modalidade de contratação?	<input checked="" type="checkbox"/> Concorrência <input type="checkbox"/> Concurso <input type="checkbox"/> Leilão <input type="checkbox"/> Pregão <input type="checkbox"/> Diálogo competitivo
Critério de julgamento?	<input type="checkbox"/> Menor preço <input type="checkbox"/> Melhor técnica ou conteúdo artístico <input checked="" type="checkbox"/> Técnica e preço <input type="checkbox"/> Maior retorno econômico <input type="checkbox"/> Maior desconto

Descrição da modalidade e critério de julgamento

Com base no art. 6º, inciso XXXVIII, da Lei nº 14.133/2010, será adotada na presente contratação a modalidade Concorrência, em face do tipo de serviço a ser contratado. A busca pelas melhores e mais adequadas mecânicas para a contratação de serviços de comunicação levam sempre em conta o concílio da excelência na prestação com a aplicação do Princípio da Vantajosidade para a Administração Pública.



Portanto, há situações em que a vantajosidade da oferta não é medida exclusivamente pelo seu preço. Trata-se de um critério oportuno para situações em que as modificações na qualidade do bem ou serviço ofertado impliquem em variações significativas no atendimento ao interesse público visado. Por isso, no caso do serviço de publicidade, a proposta mais vantajosa buscada pela Administração não é aquela necessariamente menos onerosa, apesar de também ser levado em conta a realidade de preços praticados em nosso mercado. Além da onerosidade, a qualidade tem suma importância na apreciação das propostas.

Dentre os critérios de julgamento previstos para Concorrência, tanto a “melhor técnica” como a “técnica e preço” são utilizados para avaliação de serviços de ordem intelectual, como é o caso da publicidade e propaganda. Porém a análise da Câmara Municipal de Cuiabá aponta que o tipo “técnica e preço” é o que melhor corresponde aos anseios da gestão pública municipal.

A escolha do critério de julgamento é ato discricionário do órgão ou entidade contratante, devendo ser apresentado a devida fundamentação. A presente contratação apresenta enquadramento com os critérios para a adoção de “técnica e preço” se considerarmos parâmetros como os tipos de ações publicitárias a serem desenvolvidas, a quantidade de meios a serem utilizados, os públicos-alvo a serem atingidos, o perfil geográfico das ações de publicidade e a sazonalidade das necessidades de comunicação. O valor contratual é fator limitador para a atuação publicitária, que possui foco nas ações de comunicação para a população de Cuiabá.

Utilizando-se da licitação por técnica e preço, permite-se garantir a realização do objeto contratado com qualidade e o melhor custo-benefício, já que a escolha da proposta mais vantajosa para a administração pública leva em consideração tanto o preço quanto a qualidade técnica.

Será adotada a proporção de 70% de valoração para a proposta técnica e 30% para a proposta de preços, conforme § 2º, inciso II, do art. 37 da lei nº 14.133/2021.

8. JUSTIFICATIVAS PARA O PARCELAMENTO OU NÃO DA CONTRATAÇÃO

A solução será dividida em itens? O parcelamento da solução não é aplicável, pois trata-se de objeto de prestação de serviços de publicidade, cuja natureza é de execução integral, conforme a demanda, ordem e conta do Departamento de Comunicação e da Coordenadoria de Imprensa.	<input type="checkbox"/> Sim. <input type="checkbox"/> Não. Por quê? <input checked="" type="checkbox"/> objeto indivisível. <input type="checkbox"/> perda de economia de escala. <input type="checkbox"/> tecnicamente inviável. <input type="checkbox"/> economicamente inviável. <input type="checkbox"/> aproveitamento da competitividade. <input type="checkbox"/> Outro. Especificar: (indicar o motivo)
--	--

9. CONTRATAÇÕES CORRELATAS OU INTERDEPENDENTES

Há contratações correlatas ou interdependentes?	<input checked="" type="checkbox"/> Sim. Especificar: (012/2019) <input type="checkbox"/> Não.
---	--



10. RESULTADOS PRETENDIDOS

Quais os benefícios pretendidos que serão alcançados pela contratação? Tornar mais ampla e transparente a divulgação das atividades institucionais da Câmara Municipal de Cuiabá, ilustrando o conteúdo usado para divulgação de seus atos, de forma a disseminar informações de fácil entendimento sobre assuntos de interesse da população da cidade.	<input type="checkbox"/> Manutenção do funcionamento administrativo. <input type="checkbox"/> Atividade fim do órgão. <input type="checkbox"/> Redução de custo. <input type="checkbox"/> Redução dos riscos do trabalho. <input type="checkbox"/> Serviços/bens de consumo. <input type="checkbox"/> Aproveitamento de recursos humanos. <input checked="" type="checkbox"/> Ganho de eficiência. <input type="checkbox"/> Realização de política pública.
---	--

11. PROVIDÊNCIAS PENDENTES

Há providências pendentes para o sucesso da contratação?	<input type="checkbox"/> Sim. Especificar: (Apresentar cronograma de providências a serem adotadas antes e durante o contrato para assegurar o êxito do resultado, como capacitação de servidores, adequação do espaço físico etc). <input checked="" type="checkbox"/> Não.
---	--

12. IMPACTOS AMBIENTAIS E MEDIDAS DE MITIGAÇÃO

Há previsão de impacto ambiental na contratação?	<input type="checkbox"/> Sim. Especificar os impactos: (Detalhar). Especificar as medidas de mitigação dos impactos: (Detalhar). <input checked="" type="checkbox"/> Não
---	---

13. CONCLUSÃO SOBRE A ADEQUAÇÃO DA CONTRATAÇÃO PARA O ATENDIMENTO DA NECESSIDADE A QUE SE DESTINA

A contratação possui viabilidade técnica, econômica e ambiental?	<input checked="" type="checkbox"/> Sim. <input type="checkbox"/> Não.
---	---

Cuiabá- MT, 04 de Março de 2024.


Elizângela Tenório
Secretária de Comunicação