



ESTADO DE MATO GROSSO
CÂMARA MUNICIPAL DE CUIABÁ

CONCORRÊNCIA
PÚBLICA
N.º 001/2025

Concorrência Pública n.º 001/2025			
Objeto			
Contratação de até 3 (três) agências de propaganda, para a prestação de serviços de publicidade para a Câmara Municipal de Cuiabá, sem divisão por lotes, itens, contas publicitárias ou segmento, compreendo o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo: o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com a finalidade de divulgar as ações do Poder Legislativo Municipal ao público em geral.			
Valor Estimado			
R\$ 5.000.000,00 (cinco milhões de reais).			
Registro de Preço	Vistoria	Instrumento Contratual	Forma de Adjudicação
NÃO	NÃO	CONTRATO	NÃO SE APLICA
DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO			
Requisitos Básicos: Item 13 do Edital.		Requisitos Específicos: Conforme Termo de Referência.	
Exclusiva ME/EPP?	Reserv. Cota ME/EPP?	Prova de Conceito?	Modo de disputa
NÃO	NÃO	NÃO	FECHADO
Primeira Sessão			
25/06/2025 (09h:30min) Horário Local			
Pedidos de Esclarecimentos e Impugnações			
licitacao@camaracuiaba.mt.gov.br			



EDITAL CONCORRÊNCIA PÚBLICA 001/2025

(Processo Administrativo n.º 2025.004.048)

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 meio de sua Comissão Permanente de Licitação, designada pela Portaria n.º 81/2025, de 10 de março de 2025, torna público que realizará licitação na modalidade Concorrência Pública, a ser julgada pelo critério de **TÉCNICA E PREÇO**, com 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.º 12.232/2010 e complementarmente pelas Leis n.º 14.133/2021, n.º 4.680/1965, Lei Complementar n.º 123/2006, e ainda, de acordo com as condições estabelecidas neste Edital.
- 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/licitacao.php. 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 **25/06/2025**.
- 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 divisão por lotes, itens, contas publicitárias ou segmento, compreendo o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo: o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com a finalidade de divulgar as ações do Poder Legislativo Municipal ao público em geral.
- 2.2. Também integram o objeto desta contratação, como atividades complementares, os serviços especializados pertinentes:
 - a) 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;
 - b) À produção, à execução técnica e à veiculação das peças e projetos criados;



- c) À criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando à expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias;
- 2.3. 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.
- 2.4. As pesquisas e outros instrumentos de avaliação previstos no subitem 2.2, “a”, terão 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.
- 2.4.1 É vedada a inclusão de matéria estranha ou que não guarde pertinência temática com a ação publicitária ou com o objeto do contrato de prestação de serviços de publicidade nas pesquisas e avaliações previstas na alínea “a”.
- 2.5. Os serviços abrangem as ações de marketing e publicidade institucional, bem como serviço de utilidade pública, sobre todos os assuntos e temas de competência ou interesse da Câmara Municipal de Cuiabá
- 2.6. Os serviços objeto da presente contratação serão prestados por agência de propaganda cuja atividade seja disciplinada pela Lei n.º 4.680/1965 e que tenha obtido certificado de qualificação técnica de funcionamento, nos termos do Art. 4º da Lei n.º 12.232/2010.
- 2.7. As agências atuarão por ordem e conta da CMC, em conformidade com o art. 3º da Lei nº 4.680/1965, na contratação de fornecedores de bens e serviços especializados, para a execução das atividades complementares de que trata o subitem 2.2, e de veículos e demais meios de divulgação, para a transmissão de mensagens publicitárias.
- 2.8. O produto final decorrente da execução do objeto desta licitação será propriedade da CMC, sendo, portanto, proibida a sua divulgação por qualquer meio ou sua reprodução total ou parcial sem expressa autorização, ficando o contratado sujeito às penalidades aplicáveis
- 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.

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>;
- 3.2. Qualquer pessoa é parte legítima para impugnar este Edital por irregularidade na aplicação da Lei n.º 14.133/2021 ou para solicitar esclarecimento sobre os seus termos, devendo protocolar o pedido **até 3 (três) dias úteis antes da data de abertura do certame**, sendo esta a data da primeira sessão;
- 3.3. A impugnação e o pedido de esclarecimento deverão ser realizados de forma eletrônica, enviados ao seguinte endereço de e-mail: licitacao@camaracuiaba.mt.gov.br ;



- 3.4. As respostas à impugnação ou ao pedido de esclarecimento serão divulgadas em sítio eletrônico oficial (<https://www.camaracuiaba.mt.gov.br/licitacao.php>) **no prazo de até 3 (três) dias úteis**, limitado ao último dia útil anterior à data da abertura do certame.
- 3.5. As impugnações e pedidos de esclarecimentos não suspendem os prazos previstos no certame;
- 3.6. A concessão de efeito suspensivo à impugnação é medida excepcional e deverá ser motivada pelo agente de contratação, nos autos do processo de licitação.
- 3.7. Se a impugnação ao edital for reconhecida e julgada procedente, serão corrigidos os vícios e uma nova data será definida e publicada para a realização do certame, exceto quando a alteração não comprometer a formulação das propostas.
- 3.8. O pedido de esclarecimento e a impugnação do edital fora do prazo estipulado implicam o seu recebimento como mera informação, bem como não terão validade nem gerarão efeitos jurídicos a impugnação intempestiva.

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. Poderão participar desta licitação as empresas interessadas do ramo de atividade pertinente ao objeto licitado, que tenham atividades disciplinadas pela Lei Federal n.º 4.680/1965 e que tenham obtido o **certificado de qualificação técnica de funcionamento**, nos termos do art. 4º da Lei n.º 12.232/2010.
- 4.3. Nenhuma licitante poderá participar com mais de uma proposta.
- 4.4. A participação no presente processo licitatório implica, tacitamente, para a licitante:
 - 4.4.1. a confirmação de que recebeu da Comissão Permanente de Licitação o Invólucro nº 1 e as informações necessárias ao cumprimento desta concorrência;
 - 4.4.2. a aceitação plena e irrevogável de todos os termos, cláusulas e condições constantes no Edital e em seus anexos;
 - 4.4.3. a observância dos preceitos legais e regulamentares em vigor; e
 - 4.4.4. a responsabilidade pela fidelidade e legitimidade das informações e dos documentos apresentados em qualquer fase do processo.
- 4.5. 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.
- 4.6. A licitante assume todos os custos de elaboração e apresentação das propostas e documentos de habilitação exigidos nesta Concorrência, independentemente da condução ou do resultado da licitação, não sendo devida nenhuma indenização aos licitantes pela realização de tais atos.

Da 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.
 - 4.7.1. 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.

- 4.7.2. Eventual interposição de recurso contra a decisão que declara o vencedor do certame não suspenderá o prazo supracitado.
- 4.8. A não regularização da documentação no prazo previsto no subitem 4.7.1 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.
- 4.9. Será assegurada, 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.
- 4.9.1. O empate será aferido levando em consideração o resultado da ponderação entre a técnica e o preço na proposta apresentada pelos licitantes.
- 4.10. Ocorrendo o empate, ocorrerá o procedimento da seguinte forma:
- 4.10.1. 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;
- 4.10.2. Não ocorrendo a contratação da ME e EPP, na forma do subitem 4.10.1, serão convocadas as remanescentes que atenderem rigorosamente o edital e seus anexos, na ordem classificatória, para o exercício do mesmo direito;
- 4.10.3. No caso de equivalência dos valores apresentados pelas empresas de pequeno porte que se encontre no intervalo estabelecido no subitem 4.9, será realizado sorteio entre elas para que se identifique aquela que primeiro poderá apresentar melhor oferta;
- 4.10.4. Na hipótese da não contratação nos termos previstos acima, o objeto licitado será adjudicado em favor da proposta originalmente vencedora do certame.
- 4.11. 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 Anexo VII deste Edital.
- 4.12. 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**
- 4.13. Não poderão participar desta licitação os fornecedores:
- 4.14. que não atendam às condições deste Edital e de seu(s) anexo(s);
- 4.15. estrangeiros que não tenham representação legal no Brasil com poderes expressos para receber citação e responder administrativa ou judicialmente;
- 4.16. 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.
- 4.16.1. Equiparam-se aos autores do projeto as empresas integrantes do mesmo grupo econômico;
- 4.16.2. 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;
- 4.16.3. Organizações da Sociedade Civil de Interesse Público - OSCIP, atuando nessa condição (Acórdão nº 746/2014-TCU-Plenário); e
- 4.16.4. Sociedades cooperativas.
- 4.17. 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](#).
- 4.18. Estejam cumprindo suspensão temporária de participação em licitação e impedimento de contratar com a Câmara Municipal de Cuiabá;
- 4.19. Tenham sido declaradas inidôneas para licitar ou contratar com a Administração Pública;
- 4.20. Encontram-se sob falência ou concordata, concurso de credores, dissolução ou liquidação;
- 4.21. Apresentem-se constituídas na forma de empresas em consórcio;
- 4.22. 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;
- 4.23. Não poderão disputar dessa Licitação as Licitantes que não estiverem certificadas pelo CENP – Conselho Executivo das Normas-Padrão.



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. A designação do preposto será realizada mediante Instrumento Público ou Particular, ou mediante Carta de Credenciamento, conforme modelo constante do Anexo IV, e deverá outorgar poderes para a prática de todos os atos pertinentes ao certame em nome da licitante e comporá os autos do processo licitatório;
 - 5.3.1. Deverá ser apresentado também contrato social da empresa outorgante do credenciamento, original ou cópia autenticada, demonstrando que quem credenciou o preposto tem poderes para tanto, como sócio ou dirigente da outorgante.
- 5.4. Sendo o representante sócio, proprietário ou dirigente da empresa proponente, deverá apresentar cópia autenticada ou documento original do respectivo Estatuto ou Contrato Social, no qual estejam expressos seus poderes para exercer direitos e assumir obrigações em decorrência de tal investidura;
- 5.5. O designado deverá identificar-se perante a CPL portando documento de identidade oficial com foto ou outro legalmente equivalente, para o registro formal de seus dados pessoais, assim como cópia autenticada ou documento original, do contrato social da licitante, 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 fazer-se 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 ou fora dos prazos e procedimentos aqui estabelecidos.
- 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, bem como **certidão anexa ao requerimento, emitida pela Junta Comercial, para comprovação da condição de ME e EPP**, na forma do Art. 8º da Instrução Normativa n.º 103/2007 do Departamento Nacional de Registro do Comércio – DNRC.

6. DA ENTREGA DAS PROPOSTAS

- 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 n.º 1, n.º 2 e n.º 3 e a PROPOSTA DE PREÇO, no invólucro n.º 4;



- 6.2. O Invólucro n.º 1 será padronizado e fornecido pela Câmara Municipal de Cuiabá, de segunda a sexta-feira, das 07h30 às 13h30, no endereço Rua Barão de Melgaço, S/N, Centro, Cuiabá-MT – Secretaria de Gestão Administrativa – Coordenadoria de Gestão de Contratos e Convênios, telefone (65) 3617-1573;
- 6.2.1. As Licitantes poderão retirar o invólucro n.º 01 a partir do dia 5 de maio de 2025 até o dia 18 de junho de 2025, no endereço e horário informados no subitem anterior;
- 6.2.2. O invólucro padronizado só será entregue à agência que o solicite formalmente, devendo no momento da retirada, portar consigo um ofício de solicitação de retirada do mesmo.
- 6.2.3. O Invólucro n.º 1 será entregue a representante da empresa que **preencherá recibo**, no qual deverá informar os seguintes dados: nome empresarial, qualificação do representante legal, CNPJ, endereço, telefone e e-mail;
- 6.3. Os invólucros n.º 2, n.º 3 e n.º 4 serão providenciados pela licitante e deverão ser adequados às características de seu conteúdo, desde que invioláveis quanto às informações de que tratam até a sua abertura.
- 6.4. O invólucro de n.º 5, contendo os documentos de Habilitação, deverá ser entregue em sessão pública específica, nos termos dos itens 12 e 13.

Dos invólucros

- 6.5. No **Invólucro n.º 1** deverá ser o padronizado e fornecido pela Câmara Municipal de Cuiabá e constar acondicionado o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada;
- 6.6. O Invólucro n.º 1 deverá estar sem fechamento e sem rubrica, para preservar, até a abertura do Invólucro nº 2, o sigilo quanto à sua autoria.
- 6.7. O Invólucro nº 1 não poderá:
- a) ter nenhuma identificação;
 - b) apresentar marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação da licitante antes da abertura do invólucro n.º 2;
 - c) estar danificado ou deformado pelas peças, pelos materiais e demais documentos nele acondicionados, de modo a possibilitar a identificação da licitante.
- 6.8. No **Invólucro n.º 2** deverá estar acondicionado o Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada, sem os exemplos de peças referentes à ideia criativa.
- 6.8.1. O Invólucro n.º 2 deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

INVÓLUCRO N.º 2
PROPOSTA TÉCNICA
PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – VIA
IDENTIFICADA
CÂMARA MUNICIPAL DE CUIABÁ
CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2025
EMPRESA: (indicar o nome empresarial do licitante)
CNPJ (indicar o CNPJ do licitante)

- 6.8.2. O Invólucro n.º 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.
- 6.9. No **Invólucro n.º 3** deverão estar acondicionados os cadernos específicos, documentos e informações referentes à Capacidade de Atendimento, o Repertório e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação.



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

INVÓLUCRO N.º 3
PROPOSTA TÉCNICA
CAPACIDADE DE ATENDIMENTO, REPERTÓRIO E
RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE
COMUNICAÇÃO
CÂMARA MUNICIPAL DE CUIABÁ
CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2025
EMPRESA: (indicar o nome empresarial do licitante)
CNPJ (indicar o CNPJ do licitante)

6.9.2. O Invólucro n.º 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.

6.9.3. O Invólucro n.º 3, assim como os cadernos específicos, documentos e informações que o compõe, não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e que possibilite a identificação da autoria deste, antes da abertura do Invólucro nº 2.

6.10. O Invólucro n.º 4 deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

INVÓLUCRO N.º 4
PROPOSTA DE PREÇO
CÂMARA MUNICIPAL DE CUIABÁ
CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2025
EMPRESA: (indicar o nome empresarial do licitante)
CNPJ (indicar o CNPJ do licitante)

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	☐ Raciocínio Básico ☐ Estratégias de Comunicação Publicitária ☐ Ideia Criativa ☐ 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 a seguinte formatação:

- em caderno único, orientação retrato e com espiral preto colocado à esquerda;
- capa e contracapa em papel A4, branco, com até 90 gr/m2 , ambas em branco;



- c) conteúdo impresso em papel A4, branco, com até 90 gr/m2 , orientação retrato;
 - d) espaçamentos de 2 cm nas margens direita e esquerda, a partir da borda;
 - e) títulos, entretítulos, parágrafos e linhas subsequentes sem recuos;
 - f) espaçamento “simples” entre as linhas e, opcionalmente, duplo após títulos e entretítulos e entre parágrafos;
 - g) alinhamento justificado do texto;
 - h) texto e numeração de páginas em fonte “Arial”, cor “automático”, tamanho de 12 pontos;
 - i) numeração de todas as páginas, pelo editor de textos, a partir da primeira página interna, em algarismos arábicos, do lado direito, no canto inferior de cada página.
 - j) sem identificação da licitante.
- 7.4 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) ter seu conteúdo editado com a fonte “Arial”, tamanho “10 pontos”;
 - c) ser apresentado em papel A3 dobrado, que será considerado 2 (duas) páginas para efeito de contagem do limite de páginas do subitem 7.9.
- 7.5 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, em que serão consideradas 2 (duas) páginas para efeito de contagem do limite de páginas do subitem 7.10.
- 7.6 As páginas em que estiverem inseridos os gráficos, tabelas e planilhas desse subquesto poderão ser impressas na orientação paisagem.
- 7.7 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.
- 7.8 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.
- 7.9 Os textos do Raciocínio Básico, da Estratégia de Comunicação Publicitária e da relação e descrição das peças publicitárias da Ideia Criativa estão limitados, no conjunto, a 10 (dez) páginas, não computadas nesse limite a capa e contracapa, e as páginas eventualmente utilizadas apenas para separação dos subquestos.
- 7.9.1 Poderão ser utilizadas páginas isoladas com a finalidade de indicar o Plano de Comunicação Publicitária e seus subquestos.
- 7.10 Os textos, tabelas, gráficos e planilhas da Estratégia de Mídia e Não Mídia estão limitados a 20 (vinte) páginas.

Da elaboração

- 7.11 O **Plano de Comunicação Publicitária** deverá ser constituído por caderno específico composto dos subquestos Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia, elaborado com base no Briefing, observadas as seguintes orientações:
- 7.12 **Subquesto 1 - Raciocínio Básico** - é um subquesto que deverá ser desenvolvido por meio de texto, gráfico e/ou tabela no qual a licitante demonstrará o entendimento sobre a Câmara Municipal de Cuiabá e fará um



diagnóstico das necessidades de comunicação publicitária da instituição e sobre o desafio de comunicação expresso no briefing.

7.13 **Subquesto 2 - Estratégia de Comunicação Publicitária** - é um subquesto que deverá ser desenvolvido por meio de texto, gráfico e/ou tabela no qual a licitante apresentará as linhas gerais de sua proposta para suprir o desafio de comunicação e alcançar os objetivos, geral e específicos, de comunicação relacionados a esse desafio expressos no briefing, compreendendo:

- I. explicitação e defesa do partido temático e do conceito que, de acordo com seu raciocínio básico, devem fundamentar a proposta de solução publicitária;
- II. explicitação e defesa dos principais pontos da Estratégia de Comunicação Publicitária sugerida, especialmente o que dizer, a quem dizer, como dizer, quando dizer e que meios de divulgação, instrumentos ou ferramentas utilizar.

7.14 **Subquesto 3 - Ideia Criativa** - é um subquesto por meio do qual a licitante apresentará proposta de campanha publicitária para a execução da sua proposta de Estratégia de Comunicação Publicitária.

7.14.1 Todas as peças e ou material que compõem a campanha deverão ser listados em uma relação na qual, a critério da licitante, poderão ser inseridos comentários circunscritos à especificação de cada peça e ou material e à explicitação das funções táticas que deles se pode esperar.

7.14.2 A relação deverá indicar as peças e ou material que foram corporificados nos termos do subitem 7.14.3.

7.14.3 Da relação de peças e ou material, a licitante deverá escolher e apresentar como exemplos as peças e ou material que julgar mais indicados para corporificar objetivamente sua proposta de solução do desafio de comunicação, os quais deverão observar as seguintes orientações:

I. Serem apresentados sob a forma de:

- a) roteiro, leiaute e ou storyboard impressos, para qualquer meio;
- b) protótipo ou “monstro” para peças destinadas a rádio e internet;
- c) storyboard animado ou animatic, para TV e cinema.

II. Limitar-se, sob pena de desclassificação, a 10 (dez) exemplos, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça e ou material, observadas as seguintes regras:

- a) Cada redução e ou variação de formato será considerada como uma peça;
- b) Cada peça apresentada como parte de um kit será computada no referido limite;
- c) Peça sequencial, para qualquer meio (a exemplo de anúncio para revista, jornal, tablete, assim como painéis sequenciais de mídia exterior – outdoor, adesivagem de fingers) será considerada como uma peça, se o entendimento da mensagem depender da leitura do conjunto sequencial e uma peça sozinha não transmitir a mensagem completa da comunicação;
- d) Um hotsite e todas as suas páginas serão consideradas uma peça;
- e) Um filme e o hotsite em que se encontra hospedado serão considerados duas peças;
- f) Um banner e o hotsite para o qual ele esteja direcionado serão considerados duas peças;

7.15 Só serão aceitos exemplos de peças e ou material não finalizados.



- 7.16 Para a produção dos exemplos de peças ou material não serão aceitas capturas de vídeo.
- 7.17 Na elaboração do animatic poderão ser inseridas fotos e imagens estáticas, além de trilha, voz de personagens e locução.
- 7.18 Cada exemplo de peça e ou material deverá trazer indicação sucinta (exemplos: “cartaz”, “filme TV”, “spot rádio”, “anúncio revista”, “monstro internet”) destinada a facilitar seu cotejo com a relação de peças e ou material a que se refere o subitem.
- 7.19 Os storyboards animados, animatics, protótipos e monstros deverão ser apresentados em DVD, CD ou pen drive, executáveis no sistema operacional Windows, nos formatos universais, a exemplo de:
- I. storyboards animados e animatics, para TV e cinema: avi, mov, Wmv, mpeg, vob;
 - II. protótipos e monstros, para rádio: mp3, wma;
 - III. protótipos e monstros, para internet: pdf, jpg, html, mpeg, swf e mov.
- 7.19.1 Os exemplos de peças e ou material devem ser apresentados separadamente do caderno, ter formatos compatíveis com suas características e se adequarem às dimensões do invólucro n. 1.
- 7.19.2 As peças que não se ajustem às dimensões do invólucro n. 1 poderão ser dobradas.
- 7.20 As peças gráficas poderão ser impressas em tamanho real ou reduzido – desde que não prejudique sua leitura- sem limitação de cores, sem suporte e ou passe-partout, em qualquer tipo de papel A4 ou A3 até 90 g/m².
- 7.21 **Subquestito 4 - Estratégia de Mídia e Não Mídia** - deverá ser desenvolvido por meio de textos, tabelas, gráficos e ou planilhas nos quais deverá ser apresentada:
- I. justificativa da estratégia e das táticas recomendadas, em consonância com a estratégia de comunicação publicitária sugerida pela licitante e em função da verba referencial indicada no briefing;
 - II. simulação do plano de distribuição em que a licitante identificará todas as peças e ou material constantes da relação prevista no subitem 7.14.1.
- 7.21.1 Da simulação do plano de distribuição deverá constar um resumo geral com informações sobre, pelo menos:
- I – período de distribuição das peças e ou material;
 - II – quantidades de inserções das peças em veículos de divulgação;
 - III – valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em veículos de divulgação, separadamente por meios;
 - IV – valores (absolutos e percentuais) alocados na produção e ou na execução técnica de cada peça destinada a veículos de divulgação;
 - V – quantidades a serem produzidas de cada peça e ou material de não mídia;
 - VI – valores (absolutos e percentuais) alocados na produção de cada peça e ou material de não mídia, entre outras que entender pertinente.
- 7.21.2 Para fins desta Concorrência, consideram-se como Não Mídia os meios que não implicam a compra de espaço e/ou tempo em veículos de divulgação para a transmissão de mensagem publicitária.
- 7.21.3 A simulação do plano de distribuição deverá observar ainda as seguintes condições:
- I – os preços das inserções em veículos de comunicação devem ser os de tabela cheia, vigentes na data de publicação do aviso de licitação;



II – deve ser desconsiderado o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da lei 4.680/65;

III – devem ser desconsiderados os custos internos e os honorários sobre todos os serviços de fornecedores.

IV – 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.

7.22 **O Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada**, por sua vez, deverá constituir-se em cópia fidedigna do Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada, sem os exemplos de peças publicitárias referentes à Ideia Criativa. Com a finalidade de proporcionar a correlação segura de autoria, os documentos deverão ter a identificação da licitante, ser datados e assinados na última página e rubricado nas demais, por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

7.23 **Quesito 2 - Capacidade de Atendimento:** a licitante deverá apresentar as informações que constituem o quesito em caderno específico, orientação retrato, em papel A4 ou A3 dobrado, com ou sem o uso de cores, em fonte “arial”, tamanho “12 pontos”, em folhas numeradas sequencialmente, a partir da primeira página interna, do lado direito e no canto inferior de cada página, 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.

7.23.1 Não há limitação de número de páginas para apresentação da Capacidade de Atendimento.

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

a) relação nominal dos seus principais clientes na data da apresentação das propostas, com a especificação do início de atendimento de cada um deles;

b) 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, produção de rádio, TV, cinema, Internet, produção gráfica, mídia e atendimento.

b.1) A qualificação deverá ser apresentada sob a forma de currículo resumido contendo, no mínimo, o nome, a formação e a experiência dos profissionais;

b.2) Os profissionais indicados para fins de comprovação da capacidade de atendimento deverão participar da elaboração dos serviços objeto deste Edital, admitida sua substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior, mediante aprovação prévia da Câmara Municipal de Cuiabá.



c) as instalações, a infraestrutura e os recursos materiais que serão colocados à disposição para a execução do contrato.

d) 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;

e) 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.

7.23.3 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.

7.24 **Quesito 3 - Repertório:** a licitante deverá apresentar os documentos, as informações e as peças que constituem o quesito em caderno específico, orientação retrato, em fonte “Arial”, tamanho 12 pontos, com ou sem uso de cores, em formato A4, ou A3 dobrado, numerado sequencialmente a partir da primeira página interna, do lado direito, no canto inferior de cada página, 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.

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

7.24.2 O Repertório será constituído de peças e ou material concebidos e veiculados, expostos ou distribuídos pela licitante, agrupados em caderno específico.

7.24.3 No caderno específico do Repertório deverão 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:

7.24.4 As peças e ou material devem ter sido veiculados, expostos ou distribuídos a partir de 1º de janeiro de 2017.

7.24.5 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 separadamente (soltas).

7.24.6 As peças gráficas poderão integrar o caderno específico ou ser apresentadas soltas. Se apresentadas separadamente (soltas), as peças poderão ter qualquer formato, podendo inclusive ser apresentadas dobradas ou não.

7.24.7 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.

7.24.8 As peças e ou material não podem referir-se a ações executadas no âmbito de contrato de prestação de serviços de publicidade de que a Câmara Municipal de Cuiabá seja ou tenha sido signatária.



- 7.24.9 A apresentação de peças e ou material em número inferior ao exigido implica, para este quesito, pontuação máxima proporcional ao número de peças apresentadas.
- 7.24.10 A proporcionalidade a que se refere o subitem anterior será obtida mediante a aplicação da regra de três simples em relação à pontuação máxima prevista no Edital.
- 7.24.11 Não há limitação de número de páginas para apresentação do Repertório

7.25 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, em fonte "Arial", tamanho 12 pontos, 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.

- 7.25.1 Qualquer página com os documentos e informações do caderno específico poderá ser editada em papel A3 dobrado, caso em que, para fins do limite de páginas, o papel A3 será computado como duas páginas de papel A4.
- 7.25.2 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.
- 7.25.3 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 bem-sucedidas de problemas de comunicação planejadas e propostas por ela e implementadas por seus clientes. O 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.
- 7.25.4 As soluções descritas devem ter recebido a autorização para sua produção ou terem sido veiculadas a partir de 1º de janeiro de 2017.
- 7.25.5 A apresentação de apenas 1 (um) relato no caderno específico implica, para este quesito, pontuação máxima equivalente à metade de pontuação máxima prevista para o quesito Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação.
- 7.25.6 Os relatos deverão estar formalmente referendados pelos respectivos clientes e não podem referir-se a ações executadas no âmbito de contratos de prestação de serviços de publicidade de que a Câmara Municipal de Cuiabá seja ou tenha sido signatária.
- 7.25.7 A formalização do referendo deverá ser feita no próprio relato elaborado pela licitante, mediante a rubrica do autor do referendo em todas as suas páginas.
- 7.25.8 Na última página do relato deverá constar a indicação do nome empresarial do cliente e a assinatura do seu respectivo signatário



acompanhada do seu nome e cargo ou função, sem necessidade de reconhecimento de firma.

7.25.9 Para cada Relato, é permitida a inclusão de até 03 (três) peças e ou material não computados no limite de páginas a que se refere o subitem 7.25.3 independentemente do meio de divulgação, tipo ou característica da peça, caso em que, se incluídos:

a) 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).

b) as peças gráficas poderão integrar o caderno específico mencionado no subitem 7.25, ou serem apresentadas separadamente (soltas), preservadas, em qualquer hipótese, a compreensão de seu conteúdo e a indicação de suas dimensões originais: Se apresentadas separadamente (soltas), as peças poderão ter qualquer formato, podendo inclusive ser apresentadas dobradas ou não.

c) para cada peça e ou material, deverá ser apresentada ficha técnica com os dados técnicos de produção e/ou veiculação.

7.25.10 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 A Subcomissão Técnica analisará as Propostas Técnicas das licitantes quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Termo de Referência e seus anexos.

8.2 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 Quesito 1 - Plano de Comunicação Publicitária

8.3.1 Subquesito 1 - Raciocínio Básico (máximo de 15 pontos)

a) a acuidade demonstrada na compreensão das características, das funções e do papel da Câmara Municipal de Cuiabá nos contextos social, político e econômico;

b) A adequada compreensão da natureza, da extensão e da qualidade das relações da CMC com seus públicos e das atividades da CMC que sejam significativas para a comunicação publicitária;

c) a assertividade demonstrada na análise do desafio de comunicação e no entendimento dos objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing.

8.3.2 Subquesito 2 - Estratégia de Comunicação Publicitária (máximo de 20 pontos)

a) a adequação do partido temático e do conceito à natureza e às atividades da CMC, bem como ao desafio e aos objetivos de comunicação;

b) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito propostos;

c) A adequação, estruturação e exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do desafio de comunicação expresso no Briefing;

d) A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta;

e) A capacidade de articular os conhecimentos sobre a CMC, seu desafio de comunicação, seus públicos, os objetivos de comunicação previstos no Briefing e a verba disponível.

8.3.3 Subquesito 3 - Ideia Criativa (máximo de 20 pontos)



- a) A adequação da ideia criativa ao desafio de comunicação e a exequibilidade das peças e/ou dos materiais.
- b) Seu alinhamento com a estratégia de comunicação publicitária sugerida pela licitante;
- c) A combinação de seus elementos, a simplicidade sob a qual se apresenta e a compatibilidade da linguagem aos meios e públicos propostos.
- d) Os desdobramentos comunicativos que enseja e a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta, conforme demonstrado nos exemplos de peças e/ou materiais apresentados.
- e) A pertinência às atividades de comunicação da CMC, assim como sua inserção nos contextos social, político e econômico.

8.3.4 Subquesto 4 - Estratégia de Mídia e Não Mídia (máximo de 15 pontos)

- a) O conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação do público-alvo e a capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos;
- b) A consistência do plano simulado de distribuição das peças e ou do material;
- c) A pertinência e oportunidade demonstradas no uso dos recursos de comunicação próprios da CMC;
- d) A economicidade da aplicação da verba e a otimização da mídia, evidenciadas no plano simulado de distribuição das peças e/ou dos materiais.

8.4 Quesito 2 - Capacidade de Atendimento (máximo de 10 pontos)

- a) o porte e a tradição dos clientes atuais da licitante e o conceito de seus produtos e serviços no mercado;
- b) A adequação dos profissionais, quanto às quantificações, qualificações e experiência em atividades publicitárias;
- c) A adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que estarão à disposição da execução do contrato;
- d) A operacionalidade do relacionamento entre a CMC e a licitante, esquematizado na proposta;
- e) A relevância e a utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que a licitante colocará regularmente à disposição da CMC, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato.

8.5 Quesito 3 - Repertório (máximo de 10 pontos)

- a) A ideia criativa e sua pertinência ao problema que a licitante se propôs a resolver;
- b) A qualidade da execução e do acabamento da peça e ou material;
- c) A clareza da exposição das informações prestadas.

8.6 Quesito 4 - Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação (máximo de 10 pontos)

- a) A evidência do planejamento publicitário;
- b) A consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução;
- c) A relevância dos resultados apresentados;
- d) A concatenação lógica da exposição.

- 8.7 A pontuação da Proposta Técnica está limitada a 100 (cem) pontos e será apurada considerando as seguintes pontuações máximas de cada quesitos e subquestos:

8.8

NOTA PROPOSTA TÉCNICA		
ITEM	QUESITOS/SUBQUESITOS	PONTUAÇÃO



		MÁXIMA
1	Plano de Comunicação Publicitária	70
I	Raciocínio Básico	15
II	Estratégia de Comunicação Publicitária	20
III	Ideia Criativa	20
IV	Estratégia de Mídia e não Mídia	15
2	Capacidade de Atendimento	10
3	Repertório	10
4	Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	10
TOTAL		100

8.9 Cada membro da Subcomissão Técnica atribuirá pontos individuais a cada um dos quesitos e subquesitos, de acordo com a pontuação máxima prevista no subitem 8.8.

8.10 A pontuação de cada quesito corresponderá à média aritmética dos pontos atribuídos por cada membro da Subcomissão Técnica, considerando-se 02 (duas) casas decimais.

8.11 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 no Edital.

8.12 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.

8.13 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 Será desclassificada a Proposta Técnica que incorrer em qualquer uma das seguintes situações:

- a) Não observar as determinações e as exigências deste Edital e seus anexos;
- b) Obter pontuação zero em quaisquer dos quesitos;
- c) Tentar influenciar a Comissão ou a Subcomissão Técnica no processo de julgamento das Propostas.

8.15 Serão consideradas mais bem classificadas, na fase de julgamento da Proposta Técnica, as licitantes que obtiverem as maiores notas.

9. DA ELABORAÇÃO E APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇO

9.1 A Proposta de Preços da licitante deverá ser elaborada de acordo com o Modelo de Proposta de Preços, Anexo IX ao Edital, informando o percentual de honorários incidente sobre o preço dos serviços especializados prestados por fornecedores, referentes:

- 9.1.1 à produção e à execução técnica de peça e ou material;
- 9.1.2 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;



- 9.1.3 à criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias;
- 9.1.4 o desconto a ser concedido nos custos internos, calculados sobre a Tabela Referencial de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Mato Grosso, nos termos do art. 11 da Lei n.º 4.680/65, evitando-se a inexecutabilidade do contrato administrativo que vier a ser firmado, que neste ponto também considerará o seguinte:
- I - não será aceito percentual de honorários superior a **15% (quinze por cento)** sobre serviços externos de produção; sobre pesquisas e instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento e sobre formas inovadoras de comunicação publicitária;
 - II - não será aceito desconto inferior a **30% (trinta por cento)** sobre a Tabela Referencial de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Mato Grosso;
 - III - se houver divergência entre o percentual expresso em algarismos e o expresso por extenso, será validado o percentual por extenso;
 - IV - o percentual de honorários e os custos internos propostos deverão contemplar todos os custos e despesas, diretos e indiretos, necessários à plena execução dos serviços objeto desta licitação, tais como despesas com pessoal, administração e encargos (obrigações sociais, impostos, taxas, etc);
 - V - O percentual de honorários, assim como de desconto proposto será de exclusiva responsabilidade da licitante e não lhe assistirá o direito de pleitear, na vigência do contrato a ser firmado, nenhuma alteração, sob a alegação de erro, omissão ou qualquer outro pretexto;
 - VI - A Proposta de Preço deverá ter declaração da licitante: (i) comprometendo-se a envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores de serviços especializados e veículos, quando for o caso, transferindo à Câmara Municipal de Cuiabá as vantagens obtidas; e (ii) Estar ciente e de acordo com as disposições alusivas a direitos autorais do Edital.
- 9.2 A Proposta de Preço poderá adotar o modelo sugerido no anexo IX do Edital e deverá ser:
- 9.2.1 apresentada em caderno único, em papel que a identifique, com suas páginas numeradas sequencialmente, sem emendas ou rasuras;
 - 9.2.2 datada e assinada por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos.
 - 9.2.3 firme e precisa, sem propostas alternativas ou condicionadas que induzam o julgamento a ter mais de um resultado.
- 9.3 Serão analisadas apenas as Propostas de Preço das licitantes classificadas no julgamento das Propostas Técnicas.
- 9.4 A classificação das Propostas de preço observará a ordem crescente dos percentuais apresentados, sendo considerada como a de menor preço aquela que receber maior pontuação, referente ao percentual de honorários relativos (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 e de percentual de descontos sobre a Tabela de



Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Mato Grosso.

9.5 O prazo de validade da Proposta de Preços deverá ser de, no mínimo, 120 (cento e vinte) dias, a contar da data da abertura da reunião de licitação, indicada na epígrafe deste Edital.

9.5.1 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.

9.5.2 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.

10. DO JULGAMENTO DAS PROPOSTAS DE PREÇOS

10.1. 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.**

10.2. 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.

10.3. Na sessão pública designada pela Comissão de Licitações serão abertos os Invólucros n. 4 – Proposta Comercial – que serão rubricadas pela Comissão de Licitação e pelas agências presentes ou por comissão que representem as licitantes, por escolha das agências participantes presentes à sessão. Feita a classificação das Propostas Comerciais, serão avaliadas e valoradas as propostas segundo os critérios abaixo:

10.4. Percentual de honorários sobre (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, fixados nos limites estabelecidos abaixo:

10.5.

PONTOS	PERCENTUAL DE HONORÁRIOS
50	7% ou abaixo de 7%
40	De 8% a 9%
30	De 10% a 11%
20	De 12% a 13%
10	De 14% a 15%

10.6. Desconto sobre a tabela de custos internos, desenvolvida pelo Sindicato das Agências de Publicidade do Estado de Mato Grosso (SINAPRO-MT) que estiver em vigor, fixado nos limites estabelecidos abaixo:

PONTOS	DESCONTO SOBRE A
--------	------------------



	TABELA DE CUSTOS INTERNOS
50	50% ou acima de 50%
40	De 45% a 49%
30	De 40% a 44%
20	De 35% a 39%
10	De 30% a 34%

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

NFPC = Nota Final da Proposta Comercial

D1– Pontuação aplicada ao Percentual sobre honorários de produção externa

D2 – Pontuação aplicada ao Desconto sobre a Tabela de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Mato Grosso

$$\text{NFPC} = \text{D1} + \text{D2}$$

11. DO JULGAMENTO FINAL DAS PROPOSTAS TÉCNICAS E DE PREÇOS

- 11.1. A pontuação final será obtida por meio da fórmula abaixo, conforme previsto no Art. 36, da Lei n.º 14.133/2021:

$$\text{NFG} = \frac{(\text{NFPT} \times 7) + (\text{NFPC} \times 3)}{7+3}$$

NFG – Nota Final Geral

NFPT – Nota Final da Proposta Técnica

7 – peso 70 estabelecido à nota da Proposta Técnica

NFPC – Nota Final da Proposta Comercial

3 – peso 30 estabelecido à nota da Proposta de Preços

- 11.2. 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.

- 11.3. Após a utilização do critério de desempate, persistindo o empate, a decisão será feita conforme o Art. 60 da Lei n.º 14.133/2021 e persistindo o empate, dar-se-á por sorteio.

- 11.4. Não se considerará qualquer outra oferta e vantagem não prevista no Edital, nem percentual de desconto ou vantagem, baseados em ofertas de outras licitantes.

- 11.5. Não se admitirá proposta que apresente preços simbólicos, irrisórios ou de valor zero, incompatíveis com os preços de mercado.

- 11.6. Serão vencedoras do julgamento final das propostas as 03 (três) licitantes mais bem classificadas no julgamento final da média ponderada entre as Propostas Técnicas e de Preços, que mantiverem as condições de participação estabelecidas anteriormente e que:

- a) tenham obtido a maior Nota Final Geral (NFG); e
- b) tenham sido habilitadas.

- 11.7. Fica ressalvado que, a critério da Câmara Municipal de Cuiabá, poderão ser contratadas até 03 (três) agências, como poderão ser contratadas em menor número.

12. DA ENTREGA DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO



- 12.1. 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.
- 12.2. 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.
- 12.3. 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 001/2025
EMPRESA: (indicar o nome empresarial do licitante)
CNPJ (indicar o CNPJ do licitante)

- 12.4. 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.

13. DA APRESENTAÇÃO DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

- 13.1 As licitantes cujas Propostas Técnica e de Preço tenham sido classificadas deverão entregar os Documentos de Habilitação no dia, hora e local estipulados pela Comissão.
- 13.2 Os Documentos de Habilitação deverão ser entregues acondicionados no Invólucro nº 5, que deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a identificação disposta no item 12.3.
- 13.3 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.
- 13.4 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 abertura dos Documentos de Habilitação.
- 13.5 Os Documentos de Habilitação deverão ser acondicionados em caderno específico, com suas páginas numeradas sequencialmente, na ordem em que figuram no Edital.
- 13.6 Só serão aceitas cópias legíveis, que ofereçam condições de análise por parte da Comissão Permanente de Licitação.
- 13.7 Para se habilitar, a licitante deverá apresentar a documentação, na forma prevista a seguir:
- 13.8 **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;
- e) cédula de identidade dos responsáveis legais da licitante.

13.9 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 **ou** declaração de isenção ou de não incidência assinada pelo representante legal da licitante, sob as penas da lei, quando não houver obrigatoriedade de inscrição da empresa;
- 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;

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

13.11 Serão aceitas certidões positivas com efeito de negativa.

13.12 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.

13.13 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.

13.14 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, 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, 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.

13.15 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.

13.16 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):

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

13.17 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.

13.18 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.

13.19 A licitante também deverá incluir no invólucro n.º 5, as Declarações afirmando, conforme modelo Anexo VI do Edital:

- a) Conhecimento do instrumento convocatório;
- b) que cumpre o disposto no inciso XXXIII do art. 7º da Constituição Federal, na forma regulamentada pelo Decreto nº 4.358/2002;
- c) que inexistem impedimentos para a participação, na forma dos casos previstos em edital;
- d) Elaboração independente de Proposta.

13.20 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.

13.21 A licitante que se alegar desobrigada de apresentar qualquer dos documentos de habilitação deverá inserir no invólucro n. 5 declaração ou certificado expedido por órgão competente ou legislação em vigor que comprovem essa condição.

13.22 A verificação pela Comissão nos sites oficiais das entidades emissoras das certidões constitui meio legal de prova.

13.23 Serão consideradas habilitadas as licitantes classificadas que atenderem integralmente aos requisitos de habilitação exigidos neste Edital.

14. DA ANÁLISE DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

14.1. 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.

14.2. 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.

15. DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA

15.1. Esta concorrência será processada e julgada por Comissão Permanente de Licitação, com exceção da análise e julgamento das Propostas Técnicas, que será designada por autoridade competente por meio de Portaria.

15.2. As Propostas Técnicas serão analisadas e julgadas por Subcomissão Técnica, designada posteriormente, constituída por 3 (três) membros que sejam formados em Comunicação, Publicidade ou Marketing ou que atuem em uma dessas áreas.

15.3. 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.

15.4. 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.

15.5. Para composição da Subcomissão Técnica, a Comissão Permanente de Licitação deverá solicitar a comprovação dos requisitos de qualificação dos possíveis membros da Subcomissão Técnica.

15.6. A relação dos nomes para a formação da Subcomissão Técnica será publicada Gazeta Municipal de Cuiabá e no site da Câmara Municipal de Cuiabá, em prazo não inferior a 10 (dez) dias da data em que será realizada a sessão pública marcada para o sorteio.

15.7. 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.



- 15.8. 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.
- 15.9. 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;
- 15.10. 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.
- 15.11. 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.
- 15.12. Será necessário publicar nova relação se o número de membros mantidos depois da impugnação for inferior aos mínimos exigidos por Lei.
- 15.13. Só será admitida nova impugnação a nome que vier a completar a relação anteriormente publicada.
- 15.14. 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.
- 15.15. 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.
- 15.16. Os integrantes da Subcomissão Técnica não poderão participar da sessão de recebimento e abertura dos envelopes com as Propostas Técnica e de Preços, conforme §1º do art. 11 da Lei n. 12.232/10.

16. DA REUNIÃO DE LICITAÇÃO

- 16.1. A reunião de licitação será realizada em 04 (quatro) sessões públicas, observados os procedimentos previstos neste Edital e na legislação.
- 16.1.1. Todos os fatos relevantes, pertinentes ao objeto da Licitação, ocorridos durante a reunião de licitação, serão registrados em ata circunstanciada.
- 16.1.2. 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.
- 16.2. A participação de representante de qualquer licitante ocorrerá mediante a prévia entrega de documento hábil, conforme estabelecido neste edital.
- 16.3. 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.
- 16.4. Aspectos puramente formais nas Propostas e nos Documentos de Habilitação apresentados pelas licitantes poderão ser relevados pela Comissão, ou 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.



- 16.5. Os integrantes da Subcomissão Técnica não poderão participar das sessões de recebimento e aberturas de invólucros com as Propostas Técnica e de Preço.
- 16.6. A Comissão poderá alterar as datas ou as pautas das sessões, ou mesmo suspendê-las, em função do desenvolvimento dos trabalhos, obedecendo as normas legais aplicáveis.
- 16.7. 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.
- 16.8. **PRIMEIRA SESSÃO**
- 16.8.1. 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 n.ºs 1, 2, 3 e 4.
 - III – exame da conformidade dos invólucros com as disposições deste Edital;
 - IV – rubrica no fecho dos invólucros n.ºs 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 n.ºs 1 e 3, exame e rubrica de seus respectivos conteúdos pela Comissão e representantes das licitantes presentes.
- 16.8.2. 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.
- 16.8.3. O invólucro n.º 1, com a via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária, só será recebido pela Comissão se:
- I – não apresentar marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que, por si só, possibilite sua identificação ou a identificação da licitante antes da abertura do invólucro n.º 2;
 - II – não estiver danificado ou deformado pelas peças, material e ou demais documentos nele acondicionados de modo a possibilitar a identificação da licitante.
- 16.8.4. O não recebimento do invólucro n.º 1 implica o não recebimento dos demais invólucros da licitante e seu consequente impedimento de participar da Concorrência.
- 16.8.5. A Comissão, antes da abertura dos invólucros n.º 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.
- 16.8.6. A Comissão não lançará nenhum código, sinal ou marca nos invólucros n.º 1, nem nos documentos que compõem a via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária.
- 16.8.7. 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.
- 16.8.8. Os invólucros n.ºs 2 e 4 permanecerão fechados sob a guarda e responsabilidade da Comissão Permanente de Licitação.
- 16.8.9. 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.



16.8.10. 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.

16.8.11. Se alguma Proposta Técnica for desclassificada com fundamento no subitem 8.14, 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.

16.8.11.1. O disposto no subitem 16.8.11 não se aplica aos casos em que o descumprimento resulte na identificação da licitante antes da abertura dos invólucros n. 2.

16.8.12. As planilhas previstas nos incisos III e VI do subitem 16.8.10. conterão, respectivamente, as pontuações de cada membro para cada subquesito 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.

16.9. SEGUNDA SESSÃO

16.9.1. 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 11.2, 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.

16.10. TERCEIRA SESSÃO

- 16.10.1. 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 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.

16.11. QUARTA SESSÃO

- 16.11.1. 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 inhabilitados;
- 16.11.2. Na hipótese de todas as propostas de preço serem desclassificadas, ou de todas as licitantes serem inhabilitadas, 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 inhabilitação.
- 16.11.3. A nova documentação deve ser apresentada na forma prevista neste Edital, e entregue em sessão pública.
- 16.11.4. Decididos os recursos e constatada a regularidade dos atos praticados, a autoridade competente homologará e adjudicará seu objeto à licitante vencedora.

17. DOS RECURSOS ADMINISTRATIVOS

- 17.1 A interposição de recurso referente ao julgamento das propostas, à habilitação ou inhabilitação de licitantes, à anulação ou revogação da licitação, observará o disposto no art. 165 da Lei nº 14.133, de 2021.
- 17.2 O prazo recursal é de 3 (três) dias úteis, contados da data de intimação ou de lavratura da ata.



- 17.3 Quando o recurso apresentado impugnar o julgamento das propostas ou o ato de habilitação ou inabilitação do licitante:
- 17.3.1 A intenção de recorrer deverá ser manifestada imediatamente, sob pena de preclusão;
- 17.3.2 O prazo para a manifestação da intenção de recorrer não será inferior a 10 (dez) minutos.
- 17.3.3 O prazo para apresentação das razões recursais será iniciado na data de intimação ou de lavratura da ata de habilitação ou inabilitação;
- 17.4 O recurso será dirigido à autoridade que tiver editado o ato ou proferido a decisão recorrida, a qual poderá reconsiderar sua decisão no prazo de 3 (três) dias úteis, ou, nesse mesmo prazo, encaminhar recurso para a autoridade superior, a qual deverá proferir sua decisão no prazo de 10 (dez) dias úteis, contado do recebimento dos autos.
- 17.5 Os recursos interpostos fora do prazo não serão conhecidos.
- 17.6 O prazo para apresentação de contrarrazões ao recurso pelos demais licitantes será de 3 (três) dias úteis, contados da data da intimação pessoal ou da divulgação da interposição do recurso, assegurada a vista imediata dos elementos indispensáveis à defesa de seus interesses.
- 17.7 O recurso e o pedido de reconsideração terão efeito suspensivo do ato ou da decisão recorrida até que sobrevenha decisão final da autoridade competente.
- 17.8 O acolhimento do recurso invalida tão somente os atos insuscetíveis de aproveitamento.
- 17.9 Os autos do processo permanecerão com vista franqueada aos interessados no [sítio eletrônico https://www.gp.srv.br/transparencia_cuiabacm/servlet/licitacoes_v2?1](https://www.gp.srv.br/transparencia_cuiabacm/servlet/licitacoes_v2?1), bem como <https://www.camaracuiaba.mt.gov.br/licitacao.php>, pesquisando pela numeração do processo e modalidade da contratação.
- 17.10 Além das demais atribuições previstas neste Edital, caberá Subcomissão Técnica, quando solicitado pela Comissão Permanente de Licitação, manifestar-se sobre eventuais recursos de licitantes relativos ao julgamento das Propostas Técnicas.
- 17.11 Se houver desclassificação de alguma proposta técnica por descumprimento de disposições do instrumento convocatório, ainda assim será atribuída pontuação a seus quesitos, a ser lançada em planilhas que ficarão acondicionadas em invólucro fechado e rubricado no fecho pelos membros da subcomissão técnica prevista no § 1º do art. 10 desta Lei, até que expirem os prazos para interposição de recursos relativos a essa fase da licitação, exceto nos casos em que o descumprimento resulte na identificação do proponente antes da abertura do invólucro de que trata o § 2º do art. 9º da Lei 12.232/2010.

18. DO CONTRATO

- 18.1. 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.
- 18.1.1. O prazo previsto no subitem anterior poderá ser prorrogado, por igual período, por solicitação justificada da Adjudicatária e aceita pela Administração.
- 18.2. As agências vencedoras não poderão subcontratar outra agência de propaganda para a execução dos serviços.
- 18.3. 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.



- 18.4. As obrigações das partes estão inseridas neste Edital e seus anexos, bem como no Anexo V – Minuta do Contrato.
- 18.5. 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.

19. DA GARANTIA CONTRATUAL

- 19.1. 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.

20. DO GERENCIAMENTO E FISCALIZAÇÃO

- 20.1. 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.

21. DO PRAZO DE VIGÊNCIA DO CONTRATO

- 21.1. O contrato terá prazo de vigência de **12 (doze) meses**, contado da data de sua assinatura, podendo ser prorrogado, mediante acordo entre as partes, por sucessivos períodos, com vistas à obtenção de preços e condições mais vantajosas para a Administração, limitada ao prazo decenal, conforme artigo 107 da Lei n.º 14.133/2021.

22. DAS SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

- 22.1. 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.
- 22.2. Nenhuma sanção será aplicada sem o devido processo administrativo, assegurado à CONTRATADA o contraditório e a ampla defesa.
- 22.3. As sanções aplicadas só poderão ser relevadas motivadamente e por conveniência administrativa, mediante ato devidamente justificado da autoridade competente.
- 22.4. 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.
- 22.5. A falha na execução contratual restará configurada quando:
- 22.5.1. 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

22.5.2. 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
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	GRAVE	POR OCORRÊNCIA



	especializados e a veículos de divulgação ou não transferir à CONTRATANTE todas as vantagens obtidas		
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
16	Sobrepor os planos de incentivo aos interesses da CONTRATANTE,	GRAVE	POR OCORRÊNCIA



	preterindo veículos de divulgação que não os concedam ou priorizando os que os ofereçam.		
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



	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 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 ou prejuízo oriundo de eventual	GRAVE	POR OCORRÊNCIA



	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,	GRAVE	POR OCORRÊNCIA



	em meio virtual, com as peças produzidas durante a execução deste contrato e com banco de imagens.		
--	--	--	--

- 22.6. 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.
- 22.7. 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.
- 22.8. 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.
- 22.9. A multa moratória poderá ser cobrada pelo atraso injustificado no cumprimento do objeto ou de prazos estipulados.
- 22.10. 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.
- 22.11. 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.
- 22.12. 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.
- 22.13. 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.
- 22.14. 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.
- 22.15. 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.
- 22.16. 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.
- 22.17. 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.
- 22.18. 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;
- 22.19. 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.
- 22.20. 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.
- 22.21. 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.
- 22.22. 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.

23. DA VALIDADE DA PROPOSTA

- 23.1. 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.

24. DA DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA

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

Função:	01 - Legislativa
Subfunção:	031 – Ação Legislativa
Programa:	0001 – Atuação Legislativa da Câmara Municipal
P.A./O.E.:	2009 – Divulgação Institucional
Natureza de Despesa:	33.90.39 – Outros Serviços de Terceiros – Pessoa Jurídica
Fonte de Recurso:	015000000000 – Recursos Ordinários
Reduzido:	27

- 24.2. 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.
- 24.3. A Câmara Municipal de Cuiabá se reserva ao direito de, a seu critério, utilizar ou não a totalidade dos recursos previstos.

25. DA HOMOLOGAÇÃO E ADJUDICAÇÃO



- 25.1. 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.

26. DA PROTEÇÃO DE DADOS PESSOAIS

- 26.1. 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.
- 26.2. 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;
- 26.3. 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;
- 26.4. 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, com a 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;
- 26.5. 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;
- 26.6. 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:
- 26.6.1. Cumprimento de obrigação legal ou regulatória pelo Controlador;
- 26.6.2. Estudo por órgão de pesquisa, garantida, sempre que possível, a anonimização dos dados pessoais;
- 26.6.3. Uso exclusivo do Controlador, sendo vedado o seu acesso por terceiro, e desde que anonimizados os dados;



- 26.7. 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;
- 26.8. 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;
- 26.9. 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;
- 26.10. Eventuais responsabilidades das partes serão apuradas conforme estabelecido neste Termo e de acordo com o que dispõe a Seção III, Capítulo VI da LGPD.
- 26.11. A licitante deverá apresentar nos Documentos de Habilitação o Termo de Responsabilidade e Confidencialidade, conforme o Anexo II deste Edital.

27. DAS DISPOSIÇÕES GERAIS

- 27.1. 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.
- 27.2. 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.
- 27.3. 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.
- 27.4. 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.
- 27.5. 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.
- 27.6. Se ocorrer desclassificação ou inabilitação da licitante vencedora por fatos referidos no item precedente, a contratante poderá convocar as licitantes remanescentes, obedecida a ordem de classificação final das Propostas Técnicas ou revogar esta Concorrência.
- 27.7. 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.

- 27.8. 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.
- 27.9. 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.
- 27.10. 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.
- 27.11. 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.
- 27.12. 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.
- 27.13. 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.
- 27.14. 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.
- 27.15. As situações não previstas neste Edital, inclusive as decorrentes de caso fortuito ou de força maior, serão resolvidas pela Comissão ou pela autoridade competente.
- 27.16. As questões suscitadas pelo Edital que não puderem ser dirimidas administrativamente pela Comissão Permanente de Licitação serão submetidas a análise judicial.
- 27.17. 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.
- 27.18. Os prazos estabelecidos neste Edital só se iniciam e vencem em dias de expediente da CMC.
- 27.19. Este Edital e seus anexos, bem como a Proposta vencedora, farão parte integrante do contrato – ANEXOV, como se nele estivessem transcritos.
- 27.20. 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. DO FORO

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

29. DOS ANEXOS

29.1. Este edital é composto pelos seguintes documentos:

- a) ANEXO I – TERMO DE REFERÊNCIA;
- b) ANEXO II – TERMO DE RESPONSABILIDADE E CONFIDENCIALIDADE;
- c) ANEXO III – METODOLOGIA PARA SELEÇÃO INTERNA DE AGÊNCIAS;
- d) ANEXO IV – CARTA DE CREDENCIAMENTO;
- e) ANEXO V – MINUTA DO CONTRATO;
- f) ANEXO VI – MODELO DE DECLARAÇÃO;
- g) ANEXO VII – REQUERIMENTO DO BENEFÍCIO DE TRATAMENTO DIFERENCIADO E DECLARAÇÃO DE ME E EPP;
- h) ANEXO VIII – TERMO ANTICORRUPÇÃO;
- i) ANEXO IX – MODELO DE PROPOSTA DE PREÇOS;
- j) ANEXO X – DECLARAÇÃO DE CAPACIDADE TÉCNICA;
- k) ANEXO XI - MODELOS DE NOTAS E PESOS - PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA;
- l) ANEXO XII - MODELOS DE NOTAS E PESOS - CONJUNTO DE INFORMAÇÕES DO PROPONENTE
- m) ANEXO XIII - BRIEFING
- n) ANEXO XIV – ESTUDO TÉCNICO PRELIMINAR

CUIABÁ, 29 de abril de 2025.

HEBERTH FERNANDO DE ARRUDA

Secretário de Gestão Administrativa

LUIZ GONZAGA SILVEIRA NETO

Secretário 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 N.º. 007/2025 – Serviço de publicidade
3. Número da Unidade Orçamentária: 001	4. Descrição de Categoria de Investimento: Serviços de Terceiros

FUNDAMENTAÇÃO MÍNIMA PARA CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS

1. IDENTIFICAÇÃO DA DEMANDA

- 1.1. Documento de Formalização da Demanda n.º 001/2025, encaminhado pela C.I N.º 009/2025 da Secretaria de Comunicação, em 19 de fevereiro de 2025, protocolo n.º 2562/2025.

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 divisão por lotes, itens, contas publicitárias ou segmento, compreendo o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo: o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com a finalidade de divulgar as ações do Poder Legislativo Municipal ao público em geral.
- 2.2. Também integram o objeto desta contratação, como atividades complementares, os serviços especializados pertinentes:
- 2.2.1. 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;
- 2.2.2. À produção, à execução técnica e à veiculação das peças e projetos criados;
- 2.2.3. À criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando à expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias;
- 2.3. 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.
- 2.4. As pesquisas e outros instrumentos de avaliação previstos no subitem 2.2, “a”, terão 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.

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

- 2.5. Os serviços abrangem as ações de marketing e publicidade institucional, bem como serviço de utilidade pública, sobre todos os assuntos e temas de competência ou interesse da Câmara Municipal de Cuiabá
- 2.6. Os serviços objeto da presente contratação serão prestados por agência de propaganda cuja atividade seja disciplinada pela Lei n.º 4.680/1965 e que tenha obtido certificado de qualificação técnica de funcionamento, nos termos do Art. 4º da Lei n.º 12.232/2010.
- 2.7. As agências atuarão por ordem e conta da CMC, em conformidade com o art. 3º da Lei nº 4.680/1965, na contratação de fornecedores de bens e serviços especializados, para a execução das atividades complementares de que trata o subitem 2.2, e de veículos e demais meios de divulgação, para a transmissão de mensagens publicitárias.
- 2.8. O produto final decorrente da execução do objeto desta licitação será propriedade da CMC, sendo, portanto, proibida a sua divulgação por qualquer meio ou sua reprodução total ou parcial sem expressa autorização, ficando o contratado sujeito às penalidades aplicáveis
- 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.

3. FUNDAMENTAÇÃO E DESCRIÇÃO DA NECESSIDADE DA CONTRATAÇÃO

- 3.1. A contratação de agência de publicidade pela Câmara Municipal de Cuiabá está fundamentada em demanda da Secretaria de Comunicação. Em 2024, havia uma Concorrência Pública em andamento para contratação do objeto, entretanto, em dezembro de 2024, a licitação foi revogada. Considerando que desde setembro de 2024, o Poder Legislativo Municipal encontra-se sem publicidade institucional, a nova gestão entende que a necessidade da contratação ainda persiste, pelos motivos expostos a seguir.
- 3.2. 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.
- 3.3. 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.



- 3.4. 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.
- 3.5. 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. A divulgação institucional é uma forma de atingir uma parcela maior da sociedade, de forma a estabelecer um canal de comunicação entre Poder Legislativo municipal e os cidadãos, dando conhecimento das ações que são desenvolvidas pela Câmara Municipal de Cuiabá.
- 3.6. 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.
- 3.7. 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.

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

- 4.1. 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.
- 4.2. 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.

5. REQUISITOS DA CONTRATAÇÃO

Da garantia contratual

- 5.1. 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.
- 5.2. Em caso de opção por seguro-garantia, o prazo de vigência da apólice será igual ou superior ao prazo estabelecido no contrato principal e deverá acompanhar as modificações referentes à vigência deste mediante a emissão do respectivo endosso pela seguradora.

Da subcontratação

- 5.3. Não será admitida a subcontratação do objeto licitado.



6. MODELO DE EXECUÇÃO DO OBJETO

- 6.1. A CONTRATADA somente poderá executar qualquer tipo de serviço objeto desta contratação após sua respectiva aprovação formal pela Câmara Municipal de Cuiabá;
 - 6.1.1 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.
- 6.2. Os serviços contratados deverão ser prestados de acordo com a necessidade da CONTRATANTE, nas dependências da empresa CONTRATADA;
- 6.3. A Câmara Municipal de Cuiabá poderá acompanhar a execução dos serviços contratados, juntamente com um representante credenciado pela CONTRATADA;
- 6.4. A aprovação dos serviços não afasta a responsabilidade da CONTRATADA quanto à sua perfeita execução;
- 6.5. Os serviços contratados poderão ser rejeitados, no todo ou em parte, quando não corresponderem ao especificado;
- 6.6. 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 Câmara Municipal de Cuiabá;
- 6.7. A CONTRATADA adotará as providências necessárias para que o serviço, quando não aceito, no todo ou em parte, seja refeito ou reparado às suas expensas e nos prazos estipulados pela Câmara Municipal de Cuiabá;
- 6.8. Observar as seguintes condições para a prestação de serviços especializados à Câmara Municipal de Cuiabá:
 - 6.8.1. Fazer cotações prévias de preços para os serviços a serem prestados por fornecedores;
 - 6.8.2. Apresentar, no mínimo, 3 (três) cotações coletadas entre fornecedores que atuem no mercado do ramo do serviço pretendido;
 - 6.8.1 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.
- 6.9. A impossibilidade de obter as 3 (três) cotações deverá ser previamente justificada à Câmara Municipal de Cuiabá, por escrito, para decisão sobre a contratação;
- 6.10. Exigir do fornecedor que a cotação seja apresentada no original ou cópia digitalizada, em papel timbrado e que:
 - 6.10.1. Contenha a identificação do fornecedor (com, pelo menos, nome completo, CNPJ ou CPF, endereço e telefone) e a identificação (nome completo, cargo na empresa, RG e CPF) e assinatura do responsável pela cotação;
 - 6.10.2. Detalhe os produtos ou serviços que a compõem, seus preços unitários e total e, sempre que necessário, suas especificações;
 - 6.10.3. Seja apresentada juntamente com os comprovantes de que o fornecedor está em atividade e inscrito no CNPJ ou no CPF e no cadastro de contribuintes estadual ou municipal, se for o caso, relativos ao seu domicílio ou sede, pertinentes a seu ramo de atividade e compatíveis com o serviço a ser fornecido;
 - 6.10.4. Informar, por escrito, os fornecedores de serviços especializados acerca das condições afetos aos Direitos Autorais e a Confidencialidade para a



reutilização de peças e material publicitários, especialmente no tocante aos direitos patrimoniais de autor e conexos.

- 6.11. De todos os serviços requisitados e quando for tecnicamente possível, a CONTRATADA deverá submeter ao CONTRATANTE “amostra” ou “prova” para aprovação.
- 6.12. O disposto no subitem 6.8 não se aplica à compra de mídia;
- 6.13. O disposto no subitem 6.8, alínea “a” e “b” não se aplica à contratação de fornecedor exclusivo de serviços especializados.
- 6.14. A contratada deverá entregar à contratante, até o dia 10 (dez) do mês subsequente, relatório das despesas de produção e veiculação autorizadas no mês anterior e relatório total até o dia 10 (dez) de cada 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.

7. MODELO DE GESTÃO DO CONTRATO

- 7.1. 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;
- 7.2. 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;
- 7.3. O órgão ou entidade poderá convocar representante da empresa para adoção de providências que devam ser cumpridas de imediato;
- 7.4. 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.
- 7.5. 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

- 7.6. 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.

- 7.7. 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;
- 7.8. 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;
- 7.9. O gestor do contrato acompanhará a manutenção das condições de habilitação da contratada, para fins de empenho de despesa e pagamento, e



anotará os problemas que obstem o fluxo normal da liquidação e do pagamento da despesa no relatório de riscos eventuais;

- 7.10. 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;
- 7.11. 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.

8. DAS OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA

- 8.1. Constituem obrigações da CONTRATADA, além das demais previstas neste Termo de Referência ou dele decorrentes:
- 8.2. Operar com organização completa e fornecer serviços dentro do prazo estipulado em acordo com a Câmara Municipal de Cuiabá, devidamente formalizado entre as partes, garantindo a execução do serviço com excelência, pontualidade, regularidade, celeridade, em observância às cláusulas contratuais pactuadas e visando a obtenção dos melhores resultados.
- 8.3. Os serviços deverão ser executados por meio dos profissionais indicados previamente e anuídos pela Contratante para fins de comprovação da capacidade de atendimento na Proposta Técnica, admitida a substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior mediante comunicação prévia à Câmara Municipal de Cuiabá.
- 8.4. Centralizar o comando da publicidade da Contratante na cidade de Cuiabá, comprovando em até 30 (trinta) dias da assinatura do Contrato, que nele mantém, para esse fim, escritório, sucursal, filial ou sede com estrutura de atendimento representada, no mínimo, pelos seguintes profissionais:
- 8.4.1 Um na área de atendimento;
- 8.4.2 Um na área de planejamento e pesquisa;
- 8.4.3 Um na área de criação;
- 8.4.4 Um na área de produção impressa, eletrônica e de design/computação gráfica;
- 8.4.5 Um na área de mídia.
- 8.5. Os profissionais designados para o escritório, sucursal, filial ou sede em Cuiabá, deverão ter experiência equivalente ou superior à daqueles indicados na proposta técnica.
- 8.6. O desempenho da CONTRATADA será permanentemente verificado pela Câmara Municipal de Cuiabá.
- 8.7. Executar todos os serviços relacionados com o objeto deste Termo de Referência de acordo com os prazos e demais especificações estipuladas pela Câmara Municipal de Cuiabá.
- 8.8. A CONTRATADA executará os serviços com seus próprios recursos.
- 8.9. A CONTRATADA poderá intermediar a contratação de veículos de divulgação e, quando necessários à execução das atividades complementares, desde que previamente autorizado pela Secretaria de Comunicação.
- 8.10. A contratação de veículos de divulgação e de fornecedores de serviços especializados deverá ser submetida à prévia e expressa autorização da



Câmara Municipal de Cuiabá e implica a atuação da CONTRATADA por conta e ordem da Câmara Municipal de Cuiabá.

- 8.10.1. A CMC deverá ser previamente identificada na contratação de veículos de divulgação;
- 8.10.2. Caberá à CONTRATADA efetivar as operações de pagamento referentes aos serviços prestados por veículos ou fornecedores de serviços especializados, operação que deverá ser realizada em até 5 (cinco) dias úteis do recebimento do pagamento realizado pela CMC, preferencialmente por meio de depósito ou transferência bancária identificada;
- 8.11. Contratar, administrar, executar e fiscalizar os contratos firmados com fornecedores de serviços especializados e veículos de divulgação – inclusive quando decorrentes de cotações realizadas pela Câmara Municipal de Cuiabá, respondendo pelos efeitos destes acordos, incluídos os dados e os prejuízos, diretos ou indiretos, decorrentes de sua culpa.
 - 8.11.1 Alterações, rejeições, cancelamentos ou interrupções de um ou mais serviços contratados deverão ser tempestiva e formalmente comunicados à CMC, devendo a CONTRATADA adotar providências imediatas para solucionar a pendência.
 - 8.11.2 O aumento de despesas ou perda de descontos para a Câmara Municipal de Cuiabá, gerados em decorrência de ação culposa da CONTRATADA deverá ser ressarcido pela CONTRATADA à CMC em até 10 (dez) dias úteis contados do recebimento da notificação de ressarcimento por esta encaminhada.
 - 8.11.2.1 Se o ressarcimento não for realizado no prazo indicado, o valor poderá ser glosado pela CMC ou descontado da garantia contratual, acrescido da atualização monetária desde o dia de seu vencimento até a data de seu efetivo pagamento, com base na variação *pro rata tempore* do IPCA.
- 8.12 Orientar a produção, a impressão e a distribuição das peças gráficas conforme aprovação da CMC e atestar a conformidade deste material com as especificações contidas no documento de autorização da ação.
- 8.13 Envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores e veículos de comunicação.
- 8.14 Pertencem à CMC, devendo-lhes ser transferidas, as vantagens obtidas em negociação com fornecedores de serviços especializados e com veículos de divulgação, realizada diretamente ou por intermédio da CONTRATADA, incluídos os eventuais descontos e as bonificações na forma de tempo, espaço ou reaplicações que tenham sido concedidos pelo veículo.
 - 8.14.1 O disposto no subitem não abrange os planos de incentivo eventualmente concedidos por veículos de divulgação à CONTRATADA, nos termos do art. 18 da Lei nº 12.232/2010.
 - 8.14.2 A CONTRATADA não poderá sobrepor os planos de incentivo aos interesses da CMC, preterindo veículos de divulgação que não os concedam ou priorizando os que os ofereçam, devendo sempre conduzir-se na orientação da escolha desses veículos de acordo com pesquisas e dados técnicos comprovados.
- 8.15 Nos casos de reutilizações de peças publicitárias da CMC, a CONTRATADA deverá negociar sempre as melhores condições de preço.
- 8.16 A CMC procederá à verificação prévia da adequação dos preços dos bens e serviços cotados em relação aos do mercado.
- 8.17 Se e quando julgar conveniente, a Câmara Municipal de Cuiabá poderá realizar cotação de preços diretamente junto a fornecedores para o fornecimento de bens ou serviços, independentemente do valor.



- 8.18 Quando o fornecimento de serviços tiver valor superior a 0,5% (meio por cento) do valor global do CONTRATO, a CONTRATADA coletará orçamentos de fornecedores em envelopes fechados, que serão abertos em sessão pública, convocada e realizada sob fiscalização da CMC.
- 8.19 É vedada a cotação prévia de preços para o fornecimento de bens ou serviços especializados de empresas em que:
- I) Um mesmo sócio ou cotista participe de mais de uma empresa fornecedora em um mesmo procedimento;
 - II) Dirigente ou empregado da CONTRATADA tenha participação societária ou vínculo comercial ou de parentesco até o terceiro grau.
- 8.20 Encaminhar, após aprovação do serviço pela CMC e sem ônus para esta, as seguintes cópias de peças produzidas, desde que não seja para uso em veiculação de mídia paga:
- I – TV e Cinema: cópias em arquivos digitais;
 - II – Internet: cópias em arquivos digitais;
 - III – Rádio: cópias em arquivos digitais;
 - IV – Mídia impressa e material publicitário: cópias com arquivos digitais em alta resolução, finalizados.
- 8.21 As peças poderão ser agrupadas em um mesmo HD externo, se garantido o atendimento à solicitação da CMC;
- 8.22 Os arquivos contendo as cópias das peças produzidas deverão ser apresentados nos formatos definidos pela CMC;
- 8.23 Caso as mídias indicadas nos incisos I a IV do subitem 8.20 se tornem tecnologicamente obsoletas, a CMC indicará mídia substituta para envio da cópia das peças produzidas.
- 8.24 Disponibilizar a CMC informações que forem solicitadas a respeito da mídia utilizada.
- 8.25 Entrega a CMC, relatório de pagamentos feitos aos fornecedores de serviços especializados e veículos de divulgação até o dia 10 do mês subsequente ao do pagamento realizado pela CMC;
- 8.26 Entregar à CMC, em meio eletrônico, 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 pela CMC;
- 8.27 Elaborar, sempre que solicitado pela CMC, estudo de práticas e investimentos em mídia que vêm sendo empregadas.
- 8.28 Produzir e entregar anualmente, em meio impresso e em arquivos digitais, o portfólio dos trabalhos realizados a 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.
- 8.29 O portfólio deverá ser apresentado conforme modelo sugerido pela CONTRATADA e previamente aprovado pela CMC.
- 8.30 Prestar, às suas expensas, os seguintes serviços:
- I – criação e manutenção de acervo da propaganda da CMC, em meio virtual, com as peças produzidas durante a execução deste CONTRATO e as respectivas informações referentes a direitos autorais e prazos de validade desses direitos.
 - II – criação e manutenção de banco de imagens, em meio virtual, com as fotos e imagens produzidas durante a execução deste CONTRATO e as respectivas informações referentes a direitos autorais e prazos de validade desses direitos.



- 8.30.1 O prazo máximo de manutenção dos acervos será de 5 (cinco) anos após a extinção do contrato, com base no disposto do artigo 17 da lei n. 12.232/2010.
- 8.31 A agência se reunirá com a CMC, em até 30 (trinta) dias após a assinatura do CONTRATO, para apresentar proposta para o banco de imagens e para o acervo de propaganda, compreendendo entre outros itens, as especificações técnicas, a sistemática de navegação e de filtros de pesquisa e os formatos dos arquivos.
- 8.31.1 Aprovada pela CMC, a proposta passará integrar o CONTRATO, ressalvada a possibilidade de ajustes, sempre que necessário à manutenção do banco/acervo virtuais.
- 8.31.2 A CONTRATADA, por meio deste CONTRATO, transfere à CMC a propriedade do sistema tecnológico referente ao banco/acervo virtuais, incluído o seu código/fonte.
- 8.31.3 O banco/acervo virtual deverá estar funcionando em até 120 (cento e vinte) dias após a assinatura do CONTRATO.
- 8.32 Não caucionar ou utilizar o CONTRATO como garantia para qualquer operação financeira.
- 8.33 Manter, durante a execução do CONTRATO, todas as condições de habilitação exigidas na concorrência que deu origem a este ajuste, entre as quais a certificação de qualificação técnica de funcionamento de que trata o art. 4º e seu parágrafo 1º da Lei 12.232/2010.
- 8.33.1 Em não se comprovando a manutenção das condições de habilitação, a CONTRATADA terá 60 (sessenta) dias para regularizar a situação, contados da notificação da CMC, prazo após o qual poderá ser promovida a rescisão contratual.
- 8.34 Cumprir a legislação trabalhista e securitária com relação a seus empregados e, quando exigido por norma, com relação a empregados de fornecedores contratados.
- 8.35 Assumir, com exclusividade, todos os tributos e taxas que forem devidos em decorrência do objeto do 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.
- 8.35.1 A CONTRATADA é responsável por recolhimentos indevidos ou pela omissão total ou parcial nos recolhimentos de tributos que incidam ou venham a incidir sobre os serviços contratados.
- 8.35.2 Sempre que solicitados pela CMC, a CONTRATADA deverá apresentar a comprovação de estarem sendo satisfeitos todos os seus encargos e obrigações trabalhistas, previdenciários e fiscais.
- 8.36 Aceitar, nas mesmas condições contratuais, acréscimos ou supressões que só ocorrerão mediante justificativas, em até 25% (vinte e cinco por cento) do valor atualizado, facultada a supressão além desse limite, mediante acordo entre as partes, nos termos do artigo 125 da Lei 14.133/2021.
- 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 e ou contratados.
- 8.38 Obrigar-se por quaisquer responsabilidades decorrentes de ações judiciais que lhe venham a ser atribuídas por força de lei, relacionadas com o cumprimento deste 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 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.
- 8.41 Manter acervo comprobatório da totalidade dos serviços prestados e das peças publicitárias produzidas durante o período de 5 anos após a extinção deste 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 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.
- 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.

9. DAS OBRIGAÇÕES DA CONTRATANTE

- 9.1. Cumprir todos os compromissos financeiros assumidos com a CONTRATADA;
- 9.2. Proporcionar condições para a boa execução dos serviços;
- 9.3. Fiscalizar a execução do objeto e subsidiar a CONTRATADA com informações e/ou comunicações úteis e necessárias ao melhor e fiel cumprimento das obrigações.
- 9.4. Verificar o cumprimento das cláusulas contratuais relativas aos honorários devidos à contratação de fornecedores de bens e serviços especializados pela CONTRATADA.
- 9.5. Notificar, formal e tempestivamente, a CONTRATADA sobre as irregularidades observadas no cumprimento deste contrato.
- 9.6. Notificar a CONTRATADA, por escrito e com antecedência, sobre multas, penalidades e quaisquer débitos de sua responsabilidade.
- 9.7. Instituir processo de seleção interna entre as contratadas, cuja metodologia será disposta em anexo no Edital de licitação.

10. DA FISCALIZAÇÃO DO CONTRATO

- 10.1. Ao Fiscal competirá acompanhar e fiscalizar a execução dos serviços e atestar os respectivos documentos fiscais para efeito de pagamento



- 10.2. As decisões e providências que ultrapassem a competência da fiscalização deverão ser solicitadas, em tempo oportuno, ao Secretário de Comunicação, para a adoção das medidas que julgar convenientes.
- 10.3. A ação de fiscalização não exonera a contratada de suas responsabilidades contratuais.
- 10.4. Os serviços contratados poderão ser rejeitados, no todo ou em parte, quando não corresponderem ao especificado.
- 10.4.1 A não aceitação de serviços objeto deste Contrato, no todo ou em parte, não implicará a dilação do prazo de entrega, salvo expressa concordância do CMC.
- 10.4.2 A Contratada adotará as providências necessárias para que o serviço, quando não aceito, no todo ou em parte, seja refeito ou reparado às suas expensas e nos prazos estipulados pela CMC.
- 10.5 A Contratada permitirá e oferecerá condições para a mais ampla e completa fiscalização, durante a vigência deste Contrato, fornecendo informações, propiciando o acesso à documentação pertinente e aos serviços em execução e atendendo às observações e às exigências apresentadas pela fiscalização.
- 10.6 Serão anotadas e registradas todas as ocorrências relacionadas com a execução contratual, cabendo à Contratada atender, no prazo estipulado pela CMC, às determinações para regularização das faltas ou defeitos observados.

11. DO VALOR ESTIMADO DA CONTRATAÇÃO

- 11.1. O valor estimado para a contratação pretendida é de **R\$ 5.000.000 (cinco milhões de reais)**, para o prazo de vigência de 12 (doze) meses.
- 11.2. A adoção deste valor tem por base o planejamento da Secretaria de Comunicação da publicidade projetada para o período, considerando o número de campanhas a serem realizadas, a abrangência da comunicação, os resultados a serem alcançados e que representa a necessidade da verba para a realização do objeto do edital e do contrato administrativo.
- 11.3. A Câmara Municipal de Cuiabá se reserva ao direito de, a seu critério, utilizar ou não a totalidade dos recursos previstos.

12. DA DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA

- 12.1. As despesas decorrentes da contratação, objeto deste Termo de Referência, ocorrerão pela seguinte dotação orçamentária:

Função:	01 - Legislativa
Subfunção:	031 – Ação Legislativa
Programa:	0001 – Atuação Legislativa da Câmara Municipal
P.A./O.E.:	2009 – Divulgação Institucional
Natureza de Despesa:	33.90.39 – Outros Serviços de Terceiros – Pessoa Jurídica
Fonte de Recurso:	015000000000 – Recursos Ordinários



Reduzido:

27

- 12.2. A dotação relativa aos exercícios financeiros subsequentes será indicada após aprovação da Lei Orçamentária respectiva e liberação dos créditos correspondentes, mediante apostilamento.

13. DA VIGÊNCIA DO CONTRATO

- 13.1. O contrato terá prazo de vigência de **12 (doze) meses**, contado da data de sua assinatura, podendo ser prorrogado, mediante acordo entre as partes, por sucessivos períodos, com vistas à obtenção de preços e condições mais vantajosas para a Administração, limitada ao prazo decenal, conforme artigo 107 da Lei n.º 14.133/2021.

14. DO REAJUSTE

- 14.1. Os preços inicialmente contratados são fixos e irreajustáveis no prazo de um ano contado da data da proposta.
- 14.2. Após o interregno de um ano, os preços iniciais poderão ser reajustados, mediante a aplicação do Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo – IPCA, por meio de requerimento da CONTRATADA.
- 14.3. Nos reajustes subsequentes ao primeiro, o interregno mínimo de um ano será contado a partir dos efeitos financeiros do último reajuste.
- 14.4. Caso o índice estabelecido para reajustamento venha a ser extinto ou de qualquer forma não possa mais ser utilizado, será adotado em substituição, o que vier a ser determinado pela legislação em vigor.
- 14.5. Na ausência de previsão legal quanto ao índice substituto, as partes elegerão novo índice oficial, para reajustamento do preço do valor remanescente, por meio de termo aditivo.

15. DA MODALIDADE E CRITÉRIO DE JULGAMENTO DA LICITAÇÃO

- 15.1. O procedimento para contratação do objeto será realizado mediante licitação na modalidade **CONCORRÊNCIA** de acordo com o art. 28, inciso II, da Lei n.º 14.133/21.
- 15.2. O critério de julgamento de licitação deverá ser **TÉCNICA E PREÇO**, nos termos do art. 5º da Lei n.º 12.232/2010, na proporção de 70% para Técnica e 30% para o preço, de acordo com art. 33, inciso II, § 2º, da Lei n.º 14.133/21, obtido durante a disputa entre os fornecedores participantes do certame licitatório, conforme condições previstas neste instrumento.

16. DA ELABORAÇÃO E APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA

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

QUESITOS	SUBQUESITOS
I – Plano de Comunicação Publicitária	☐ Raciocínio Básico ☐ Estratégias de Comunicação Publicitária ☐ Ideia Criativa ☐ Estratégia de Mídia e não mídia



II – Capacidade de atendimento

III - Repertório

IV – Relatos de solução de problemas de comunicação

- 16.2. A Proposta Técnica será redigida em língua portuguesa, salvo quanto a expressões técnicas de uso corrente, com clareza, sem emendas ou rasuras.
- 16.3. **Quesito 1 - Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada** - Para sua apresentação, a licitante deverá levar em conta a seguinte formatação:
- a) em caderno único, orientação retrato e com espiral preto colocado à esquerda;
 - b) capa e contracapa em papel A4, branco, com até 90 gr/m2 , ambas em branco;
 - c) conteúdo impresso em papel A4, branco, com até 90 gr/m2 , orientação retrato;
 - d) espaçamentos de 2 cm nas margens direita e esquerda, a partir da borda;
 - e) títulos, entretítulos, parágrafos e linhas subsequentes sem recuos;
 - f) espaçamento “simples” entre as linhas e, opcionalmente, duplo após títulos e entretítulos e entre parágrafos;
 - g) alinhamento justificado do texto;
 - h) texto e numeração de páginas em fonte “Arial”, cor “automático”, tamanho de 12 pontos;
 - i) numeração de todas as páginas, pelo editor de textos, a partir da primeira página interna, em algarismos arábicos, do lado direito, no canto inferior de cada página.
 - j) sem identificação da licitante.
- 16.4. 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) ter seu conteúdo editado com a fonte “Arial”, tamanho “10 pontos”;
 - c) ser apresentado em papel A3 dobrado, que será considerado 2 (duas) páginas para efeito de contagem do limite de páginas do subitem 16.9.
- 16.5. Os gráficos, quadros, tabelas ou planilhas integrantes do subquesito 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, onde serão consideradas 2 (duas) páginas para efeito de contagem do limite de páginas do subitem 16.10.
- 16.6. As páginas em que estiverem inseridos os gráficos, tabelas e planilhas desse subquesito poderão ser impressas na orientação paisagem.
- 16.7. Os exemplos de peças integrantes do subquesito Ideia Criativa deverão ser apresentados separadamente do caderno. Esses exemplos deverão adequar-se às dimensões do Invólucro nº 1.
- 16.8. 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.
- 16.9. Os textos do Raciocínio Básico, da Estratégia de Comunicação Publicitária e da relação e descrição das peças publicitárias da Ideia Criativa estão limitados, no conjunto, a 10 (dez) páginas, não computadas nesse



limite a capa e contracapa, e as páginas eventualmente utilizadas apenas para separação dos subquestos.

16.9.1 Poderão ser utilizadas páginas isoladas com a finalidade de indicar o Plano de Comunicação Publicitária e seus subquestos.

16.10. Os textos, tabelas, gráficos e planilhas da Estratégia de Mídia e Não Mídia estão limitados a 20 (vinte) páginas.

Da elaboração

16.11. O **Plano de Comunicação Publicitária** deverá ser constituído por caderno específico composto dos subquestos Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia, elaborado com base no Briefing, observadas as seguintes orientações:

16.12. **Subquesto 1 - Raciocínio Básico** - é um subquesto que deverá ser desenvolvido por meio de texto, gráfico e/ou tabela no qual a licitante demonstrará o entendimento sobre a CMC e fará um diagnóstico das necessidades de comunicação publicitária da instituição e sobre o desafio de comunicação expresso no briefing.

16.13. **Subquesto 2 - Estratégia de Comunicação Publicitária** - é um subquesto que deverá ser desenvolvido por meio de texto, gráfico e/ou tabela no qual a licitante apresentará as linhas gerais de sua proposta para suprir o desafio de comunicação e alcançar os objetivos, geral e específicos, de comunicação relacionados a esse desafio expressos no briefing, compreendendo:

III. explicitação e defesa do partido temático e do conceito que, de acordo com seu raciocínio básico, devem fundamentar a proposta de solução publicitária;

IV. explicitação e defesa dos principais pontos da Estratégia de Comunicação Publicitária sugerida, especialmente o que dizer, a quem dizer, como dizer, quando dizer e que meios de divulgação, instrumentos ou ferramentas utilizar.

16.14. **Subquesto 3 - Ideia Criativa** - é um subquesto por meio do qual a licitante apresentará proposta de campanha publicitária para a execução da sua proposta de Estratégia de Comunicação Publicitária.

16.14.1 Todas as peças e ou material que compõem a campanha deverão ser listados em uma relação na qual, a critério da licitante, poderão ser inseridos comentários circunscritos à especificação de cada peça e ou material e à explicitação das funções táticas que deles se pode esperar.

16.14.2 A relação deverá indicar as peças e ou material que foram corporificados nos termos do subitem 16.14.3.

16.14.3 Da relação de peças e ou material, a licitante deverá escolher e apresentar como exemplos as peças e ou material que julgar mais indicados para corporificar objetivamente sua proposta de solução do desafio de comunicação, os quais deverão observar as seguintes orientações:

I. Serem apresentados sob a forma de:

- a) roteiro, leiaute e ou storyboard impressos, para qualquer meio;
- b) protótipo ou "monstro" para peças destinadas a rádio e internet;
- c) storyboard animado ou animatic, para TV e cinema.

II. Limitar-se, sob pena de desclassificação, a 10 (dez) exemplos, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça e ou material, observadas as seguintes regras:

- a) Cada redução e ou variação de formato será considerada como uma peça;



- b) Cada peça apresentada como parte de um kit será computada no referido limite;
 - c) Peça sequencial, para qualquer meio (a exemplo de anúncio para revista, jornal, tablete, assim como painéis sequenciais de mídia exterior – outdoor, adesivagem de fingers) será considerada como uma peça, se o entendimento da mensagem depender da leitura do conjunto sequencial e uma peça sozinha não transmitir a mensagem completa da comunicação;
 - d) Um hotsite e todas as suas páginas serão consideradas uma peça;
 - e) Um filme e o hotsite em que se encontra hospedado serão considerados duas peças;
 - f) Um banner e o hotsite para o qual ele esteja direcionado serão considerados duas peças;
- 16.15. Só serão aceitos exemplos de peças e ou material não finalizados.
- 16.16. Para a produção dos exemplos de peças ou material não serão aceitas capturas de vídeo.
- 16.17. Na elaboração do animatic poderão ser inseridas fotos e imagens estáticas, além de trilha, voz de personagens e locução.
- 16.18. Cada exemplo de peça e ou material deverá trazer indicação sucinta (exemplos: “cartaz”, “filme TV”, “spot rádio”, “anúncio revista”, “monstro internet”) destinada a facilitar seu cotejo com a relação de peças e ou material a que se refere o subitem.
- 16.19. Os storyboards animados, animatics, protótipos e monstros deverão ser apresentados em DVD, CD ou pen drive, executáveis no sistema operacional Windows, nos formatos universais, a exemplo de:
- IV. storyboards animados e animatics, para TV e cinema: avi, mov. Wmv, mpeg, vob;
 - V. protótipos e monstros, para rádio: mp3, wma;
 - VI. protótipos e monstros, para internet: pdf, jpg, html, mpeg, swf e mov.
- 16.19.1 Os exemplos de peças e ou material devem ser apresentados separadamente do caderno, ter formatos compatíveis com suas características e se adequarem às dimensões do invólucro n. 1.
- 16.19.2 As peças que não se ajustem às dimensões do invólucro n. 1 poderão ser dobradas.
- 16.20 As peças gráficas poderão ser impressas em tamanho real ou reduzido – desde que não prejudique sua leitura- sem limitação de cores, sem suporte e ou passe-partout, em qualquer tipo de papel A4 ou A3 até 90 g/m².
- 16.21 **Subquesito 4 - Estratégia de Mídia e Não Mídia** - deverá ser desenvolvido por meio de textos, tabelas, gráficos e ou planilhas nos quais deverá ser apresentada:
- III. justificativa da estratégia e das táticas recomendadas, em consonância com a estratégia de comunicação publicitária sugerida pela licitante e em função da verba referencial indicada no briefing;
 - IV. simulação do plano de distribuição em que a licitante identificará todas as peças e ou material constantes da relação prevista no subitem 16.14.1.
- 16.21.1 Da simulação do plano de distribuição deverá constar um resumo geral com informações sobre, pelo menos:
- I – período de distribuição das peças e ou material;
 - II – quantidades de inserções das peças em veículos de divulgação;
 - III – valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em veículos de divulgação, separadamente por meios;



IV – valores (absolutos e percentuais) alocados na produção e ou na execução técnica de cada peça destinada a veículos de divulgação;

V – quantidades a serem produzidas de cada peça e ou material de não mídia;

VI – valores (absolutos e percentuais) alocados na produção de cada peça e ou material de não mídia, entre outras que entender pertinente.

16.21.2 Para fins desta Concorrência, consideram-se como Não Mídia os meios que não implicam a compra de espaço e/ou tempo em veículos de divulgação para a transmissão de mensagem publicitária.

16.21.3 A simulação do plano de distribuição deverá observar ainda as seguintes condições:

I – os preços das inserções em veículos de comunicação devem ser os de tabela cheia, vigentes na data de publicação do aviso de licitação;

II – deve ser desconsiderado o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da lei 4.680/65;

III – devem ser desconsiderados os custos internos e os honorários sobre todos os serviços de fornecedores.

IV – 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.

16.22 **O Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada**, por sua vez, deverá constituir-se em cópia fidedigna do Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada, sem os exemplos de peças publicitárias referentes à Ideia Criativa. Com a finalidade de proporcionar a correlação segura de autoria, os documentos deverão ter a identificação da licitante, ser datados e assinados na última página e rubricado nas demais, por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

16.23 **Quesito 2 - Capacidade de Atendimento:** a licitante deverá apresentar as informações que constituem o quesito em caderno específico, orientação retrato, em papel A4 ou A3 dobrado, com ou sem o uso de cores, em fonte “arial”, tamanho “12 pontos”, em folhas numeradas sequencialmente, a partir da primeira página interna, do lado direito e no canto inferior de cada página, 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.

16.23.1 Não há limitação de número de páginas para apresentação da Capacidade de Atendimento.



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

a) relação nominal dos seus principais clientes na data da apresentação das propostas, com a especificação do início de atendimento de cada um deles;

b) 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, produção de rádio, TV, cinema, Internet, produção gráfica, mídia e atendimento.

b.1) A qualificação deverá ser apresentada sob a forma de currículo resumido contendo, no mínimo, o nome, a formação e a experiência dos profissionais;

b.2) Os profissionais indicados para fins de comprovação da capacidade de atendimento deverão participar da elaboração dos serviços objeto deste Edital, admitida sua substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior, mediante aprovação prévia da Câmara Municipal de Cuiabá.

c) as instalações, a infraestrutura e os recursos materiais que serão colocados à disposição para a execução do contrato.

d) 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;

e) 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.

16.23.3 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.

16.24 **Quesito 3 - Repertório:** a licitante deverá apresentar os documentos, as informações e as peças que constituem o quesito em caderno específico, orientação retrato, em fonte “Arial”, tamanho 12 pontos, com ou sem uso de cores, em formato A4, ou A3 dobrado, numerado sequencialmente a partir da primeira página interna, do lado direito, no canto inferior de cada página, 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.

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

16.24.2 O Repertório será constituído de peças e ou material concebidos e veiculados, expostos ou distribuídos pela licitante, agrupados em caderno específico.

16.24.3 No caderno específico do Repertório deverão 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:

- 16.24.4 As peças e ou material devem ter sido veiculados, expostos ou distribuídos a partir de 1º de janeiro de 2017.
- 16.24.5 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 separadamente (soltas).
- 16.24.6 As peças gráficas poderão integrar o caderno específico ou ser apresentadas soltas. Se apresentadas separadamente (soltas), as peças poderão ter qualquer formato, podendo inclusive ser apresentadas dobradas ou não.
- 16.24.7 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.
- 16.24.8 As peças e ou material não podem referir-se a ações executadas no âmbito de contrato de prestação de serviços de publicidade de que a Câmara Municipal de Cuiabá seja ou tenha sido signatária.
- 16.24.9 A apresentação de peças e ou material em número inferior ao exigido implica, para este quesito, pontuação máxima proporcional ao número de peças apresentadas.
- 16.24.10 A proporcionalidade a que se refere o subitem anterior será obtida mediante a aplicação da regra de três simples em relação à pontuação máxima prevista no Edital.
- 16.24.11 Não há limitação de número de páginas para apresentação do Repertório

16.25 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, em fonte "Arial", tamanho 12 pontos, 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.

- 16.25.1 Qualquer página com os documentos e informações do caderno específico poderá ser editada em papel A3 dobrado, caso em que, para fins do limite de páginas, o papel A3 será computado como duas páginas de papel A4.
- 16.25.2 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.
- 16.25.3 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 bem-sucedidas de problemas de comunicação planejadas e propostas por ela e implementadas por seus clientes. O 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.

16.25.4 As soluções descritas devem ter recebido a autorização para sua produção ou terem sido veiculadas a partir de 1º de janeiro de 2017.

16.25.5 A apresentação de apenas 1 (um) relato no caderno específico implica, para este quesito, pontuação máxima equivalente à metade de pontuação máxima prevista para o quesito Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação.

16.25.6 Os relatos deverão estar formalmente referendados pelos respectivos clientes e não podem referir-se a ações executadas no âmbito de contratos de prestação de serviços de publicidade de que a Câmara Municipal de Cuiabá seja ou tenha sido signatária.

16.25.7 A formalização do referendo deverá ser feita no próprio relato elaborado pela licitante, mediante a rubrica do autor do referendo em todas as suas páginas.

16.25.8 Na última página do relato deverá constar a indicação do nome empresarial do cliente e a assinatura do seu respectivo signatário acompanhada do seu nome e cargo ou função, sem necessidade de reconhecimento de firma.

16.25.9 Para cada Relato, é permitida a inclusão de até 03 (três) peças e ou material não computados no limite de páginas a que se refere o subitem 16.25.3 independentemente do meio de divulgação, tipo ou característica da peça, caso em que, se incluídos:

a) 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).

b) as peças gráficas poderão integrar o caderno específico mencionado no subitem 16.25, ou serem apresentadas separadamente (soltas), preservadas, em qualquer hipótese, a compreensão de seu conteúdo e a indicação de suas dimensões originais: Se apresentadas separadamente (soltas), as peças poderão ter qualquer formato, podendo inclusive ser apresentadas dobradas ou não.

c) para cada peça e ou material, deverá ser apresentada ficha técnica com os dados técnicos de produção e/ou veiculação.

16.25.10 A ficha técnica de cada peça deverá compor o limite de páginas estabelecido para descrição do Relato.

17 DO JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

17.1 A Subcomissão Técnica analisará as Propostas Técnicas das licitantes quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Termo de Referência e seus anexos.



17.2 Serão levados em conta pela Subcomissão Técnica, como critério de julgamento técnico, os seguintes atributos da Proposta Técnica, em cada quesito ou subquesito:

17.3 Quesito 1 - Plano de Comunicação Publicitária

17.3.1 Subquesito 1 - Raciocínio Básico (máximo de 15 pontos)

- a) a acuidade demonstrada na compreensão das características, das funções e do papel da Câmara Municipal de Cuiabá nos contextos social, político e econômico;
- b) A adequada compreensão da natureza, da extensão e da qualidade das relações da CMC com seus públicos e das atividades da CMC que sejam significativas para a comunicação publicitária;
- c) a assertividade demonstrada na análise do desafio de comunicação e no entendimento dos objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing.

17.3.2 Subquesito 2 - Estratégia de Comunicação Publicitária (máximo de 20 pontos)

- b) a adequação do partido temático e do conceito à natureza e às atividades da CMC, bem como ao desafio e aos objetivos de comunicação;
- b) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito propostos;
- c) A adequação, estruturação e exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do desafio de comunicação expresso no Briefing;
- d) A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta;
- e) A capacidade de articular os conhecimentos sobre a CMC, seu desafio de comunicação, seus públicos, os objetivos de comunicação previstos no Briefing e a verba disponível.

17.3.3 Subquesito 3 - Ideia Criativa (máximo de 20 pontos)

- a) A adequação da ideia criativa ao desafio de comunicação e a exequibilidade das peças e/ou dos materiais.
- b) Seu alinhamento com a estratégia de comunicação publicitária sugerida pela licitante;
- c) A combinação de seus elementos, a simplicidade sob a qual se apresenta e a compatibilidade da linguagem aos meios e públicos propostos.
- d) Os desdobramentos comunicativos que enseja e a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta, conforme demonstrado nos exemplos de peças e/ou materiais apresentados.
- e) A pertinência às atividades de comunicação da CMC, assim como sua inserção nos contextos social, político e econômico.

17.3.4 Subquesito 4 - Estratégia de Mídia e Não Mídia (máximo de 15 pontos)

- a) O conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação do público-alvo e a capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos;
- b) A consistência do plano simulado de distribuição das peças e ou do material;
- c) A pertinência e oportunidade demonstradas no uso dos recursos de comunicação próprios da CMC;
- d) A economicidade da aplicação da verba e a otimização da mídia, evidenciadas no plano simulado de distribuição das peças e/ou dos materiais.

17.4 Quesito 2 - Capacidade de Atendimento (máximo de 10 pontos)

- a) o porte e a tradição dos clientes atuais da licitante e o conceito de seus produtos e serviços no mercado;
- b) A adequação dos profissionais, quanto às quantificações, qualificações e experiência em atividades publicitárias;



- c) A adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que estarão à disposição da execução do contrato;
- d) A operacionalidade do relacionamento entre a CMC e a licitante, esquematizado na proposta;
- e) A relevância e a utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que a licitante colocará regularmente à disposição da CMC, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato.

17.5 Quesito 3 - Repertório (máximo de 10 pontos)

- a) A ideia criativa e sua pertinência ao problema que a licitante se propôs a resolver;
- b) A qualidade da execução e do acabamento da peça e ou material;
- c) A clareza da exposição das informações prestadas.

17.6 Quesito 4 - Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação (máximo de 10 pontos)

- a) A evidência do planejamento publicitário;
- b) A consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução;
- c) A relevância dos resultados apresentados;
- d) A concatenação lógica da exposição.

- 17.7 A pontuação da Proposta Técnica está limitada a 100 (cem) pontos e será apurada considerando as seguintes pontuações máximas de cada quesitos e subquesitos:

17.8

NOTA PROPOSTA TÉCNICA		
ITEM	QUESITOS/SUBQUESITOS	PONTUAÇÃO MÁXIMA
1	Plano de Comunicação Publicitária	70
I	Raciocínio Básico	15
II	Estratégia de Comunicação Publicitária	20
III	Ideia Criativa	20
IV	Estratégia de Mídia e não Mídia	15
2	Capacidade de Atendimento	10
3	Repertório	10
4	Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	10
TOTAL		100

- 17.9 Cada membro da Subcomissão Técnica atribuirá pontos individuais a cada um dos quesitos e subquesitos, de acordo com a pontuação máxima prevista no subitem 17.8.
- 17.10 A pontuação de cada quesito corresponderá à média aritmética dos pontos atribuídos por cada membro da Subcomissão Técnica, considerando-se 02 (duas) casas decimais.
- 17.11 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 no Edital.
- 17.12 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.

17.13 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.

17.14 Será desclassificada a Proposta Técnica que incorrer em qualquer uma das seguintes situações:

- a) Não observar as determinações e as exigências deste Edital e seus anexos;
- b) Obter pontuação zero em quaisquer dos quesitos;
- c) Tentar influenciar a Comissão ou a Subcomissão Técnica no processo de julgamento das Propostas.

17.15 Serão consideradas mais bem classificadas, na fase de julgamento da Proposta Técnica, as licitantes que obtiverem as maiores notas.

18 DA ELABORAÇÃO E APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇO

18.1 A Proposta de Preços da licitante deverá ser elaborada de acordo com o Modelo de Proposta de Preços anexo ao Edital, informando o percentual de honorários incidente sobre o preço dos serviços especializados prestados por fornecedores, referentes:

18.1.1 à produção e à execução técnica de peça e ou material;

18.1.2 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;

18.1.3 à criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias;

18.1.4 o desconto a ser concedido nos custos internos, calculados sobre a Tabela Referencial de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Mato Grosso, nos termos do art. 11 da Lei n.º 4.680/65, evitando-se a inexecutabilidade do contrato administrativo que vier a ser firmado, que neste ponto também considerará o seguinte:

I - não será aceito percentual de honorários superior a **15% (quinze por cento)** sobre serviços externos de produção; sobre pesquisas e instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento e sobre formas inovadoras de comunicação publicitária;

II - não será aceito desconto inferior a **30% (trinta por cento)** sobre a Tabela Referencial de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Mato Grosso;

III - se houver divergência entre o percentual expresso em algarismos e o expresso por extenso, será validado o percentual por extenso;

IV - o percentual de honorários e os custos internos propostos deverão contemplar todos os custos e despesas, diretos e indiretos, necessários à plena execução dos serviços objeto desta licitação, tais como despesas com pessoal, administração e encargos (obrigações sociais, impostos, taxas, etc);

V - O percentual de honorários, assim como de desconto proposto será de exclusiva responsabilidade da licitante e não lhe assistirá o direito de pleitear, na vigência do contrato a ser



firmado, nenhuma alteração, sob a alegação de erro, omissão ou qualquer outro pretexto;

VI - A Proposta de Preço deverá ter declaração da licitante: (i) comprometendo-se a envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores de serviços especializados e veículos, quando for o caso, transferindo à Câmara Municipal de Cuiabá as vantagens obtidas; e (ii) Estar ciente e de acordo com as disposições alusivas a direitos autorais do Edital.

18.2 A Proposta de Preço poderá adotar o modelo sugerido em anexo do Edital e deverá ser:

18.2.1 apresentada em caderno único, em papel que a identifique, com suas páginas numeradas sequencialmente, sem emendas ou rasuras;

18.2.2 datada e assinada por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos.

18.2.3 firme e precisa, sem propostas alternativas ou condicionadas que induzam o julgamento a ter mais de um resultado.

18.3 Serão analisadas apenas as Propostas de Preço das licitantes classificadas no julgamento das Propostas Técnicas.

18.4 A classificação das Propostas de preço observará a ordem crescente dos percentuais apresentados, sendo considerada como a de menor preço aquela que receber maior pontuação, referente ao percentual de honorários relativos (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 e de percentual de descontos sobre a Tabela de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Mato Grosso.

18.5 O prazo de validade da Proposta de Preços deverá ser de, no mínimo, 120 (cento e vinte) dias, a contar da data da abertura da reunião de licitação, indicada na epígrafe deste Edital.

18.5.1 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.

18.5.2 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.

19 JULGAMENTO DAS PROPOSTAS DE PREÇOS

19.1 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.**

19.2 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.

19.3 Na sessão pública designada pela Comissão de Licitações serão abertos os Invólucros n. 4 – Proposta Comercial – que serão rubricadas pela Comissão de Licitação e pelas agências presentes ou por comissão que representem as licitantes, por escolha das agências participantes presentes à sessão. Feita a classificação das Propostas Comerciais, serão avaliadas e valoradas as propostas segundo os critérios abaixo:

19.4 Percentual de honorários sobre (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, fixados nos limites estabelecidos abaixo:

19.5

PONTOS	PERCENTUAL DE HONORÁRIOS
50	7% ou abaixo de 7%
40	De 8% a 9%
30	De 10% a 11%
20	De 12% a 13%
10	De 14% a 15%

19.6 Desconto sobre a tabela de custos internos, desenvolvida pelo Sindicato das Agências de Publicidade do Estado de Mato Grosso (SINAPRO-MT) que estiver em vigor, fixado nos limites estabelecidos abaixo:

PONTOS	DESCONTO SOBRE A TABELA DE CUSTOS INTERNOS
50	50% ou acima de 50%
40	De 45% a 49%
30	De 40% a 44%
20	De 35% a 39%
10	De 30% a 34%

19.7 Serão consideradas as melhores propostas comerciais aquelas que atingirem as maiores pontuações por meio da fórmula abaixo:

NFPC = Nota Final da Proposta Comercial

D1 – Pontuação aplicada ao Percentual sobre honorários de produção externa

D2 – Pontuação aplicada ao Desconto sobre a Tabela de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Mato Grosso

$$\underline{NFPC = D1 + D2}$$

20 DO JULGAMENTO FINAL DAS PROPOSTAS TÉCNICAS E DE PREÇOS

20.1 A pontuação final será obtida por meio da fórmula abaixo, conforme previsto no Art. 36, da Lei n.º 14.133/2021:

$$\underline{NFG = (NFPT \times 7) + (NFPC \times 3)}$$



7+3

NFG – Nota Final Geral

NFPT – Nota Final da Proposta Técnica

7 – peso 70 estabelecido à nota da Proposta Técnica

NFPC – Nota Final da Proposta Comercial

3 – peso 30 estabelecido à nota da Proposta de Preços

20.2 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.

20.3 Após a utilização do critério de desempate, persistindo o empate, a decisão será feita conforme o Art. 60 da Lei n.º 14.133/2021 e persistindo o empate, dar-se-á por sorteio.

20.4 Não se considerará qualquer outra oferta e vantagem não prevista no Edital, nem percentual de desconto ou vantagem, baseados em ofertas de outras licitantes.

20.5 Não se admitirá proposta que apresente preços simbólicos, irrisórios ou de valor zero, incompatíveis com os preços de mercado.

20.6 Serão vencedoras do julgamento final das propostas as 03 (três) licitantes mais bem classificadas no julgamento final da média ponderada entre as Propostas Técnicas e de Preços, que mantiverem as condições de participação estabelecidas anteriormente e que:

- a) tenham obtido a maior Nota Final Geral (NFG); e
- b) tenham sido habilitadas.

20.7 Fica ressalvado que, a critério da Câmara Municipal de Cuiabá, poderão ser contratadas até 03 (três) agências, como poderão ser contratadas em menor número.

21 REQUISITOS PARA HABILITAÇÃO

21.1 A licitante assume todos os custos de elaboração e apresentação das Propostas e Documentos de Habilitação exigidos nesta concorrência, ressalvado que a CMC não será, em nenhum caso, responsável por esses custos, independentemente da condução ou do resultado do processo licitatório.

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

21.3 Os Documentos de Habilitação deverão ser entregues acondicionados no Invólucro nº 5, que deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a identificação disposta em item próprio do edital.

21.4 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.

21.5 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 abertura dos Documentos de Habilitação.



- 21.6 Os Documentos de Habilitação deverão ser acondicionados em caderno específico, com suas páginas numeradas sequencialmente, na ordem em que figuram no Edital.
- 21.7 Só serão aceitas cópias legíveis, que ofereçam condições de análise por parte da Comissão Permanente de Licitação.
- 21.8 Para se habilitar, a licitante deverá apresentar a documentação, na forma prevista a seguir:
- 21.9 **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;
 - e) cédula de identidade dos responsáveis legais da licitante.
- 21.10 **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 **ou** declaração de isenção ou de não incidência assinada pelo representante legal da licitante, sob as penas da lei, quando não houver obrigatoriedade de inscrição da empresa;
 - 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;
- 21.11 Será considerada em situação regular a licitante cujo débito com as fazendas públicas ou com a seguridade social esteja com a exigibilidade suspensa.
- 21.12 Serão aceitas certidões positivas com efeito de negativa.



21.13 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.

21.14 **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.

21.15 **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, 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, 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.

21.16 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.

21.17 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):

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

21.18 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.

21.19 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.

21.20 A licitante também deverá incluir no invólucro n.º 5, as Declarações afirmando, conforme modelo Anexo do Edital:

- e) Conhecimento do instrumento convocatório;
- f) que cumpre o disposto no inciso XXXIII do art. 7º da Constituição Federal, na forma regulamentada pelo Decreto nº 4.358/2002;
- g) que inexistem impedimentos para a participação, na forma dos casos previstos em edital;
- h) Elaboração independente de Proposta.

21.21 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.

21.22 A licitante que se alegar desobrigada de apresentar qualquer dos documentos de habilitação deverá inserir no invólucro n. 5 declaração ou certificado expedido por órgão competente ou legislação em vigor que comprovem essa condição.

21.23 A verificação pela Comissão nos sites oficiais das entidades emissoras das certidões constitui meio legal de prova.

21.24 Serão consideradas habilitadas as licitantes classificadas que atenderem integralmente aos requisitos de habilitação exigidos neste Edital.

22 DOS DIREITOS AUTORAIS

22.1 As CONTRATADAS cedem a CONTRATANTE os direitos autorais patrimoniais de uso das ideias (incluindo 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.

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

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

22.4 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.

22.5 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.

22.6 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.

22.7 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.



23 DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA

- 23.1 Esta concorrência será processada e julgada por Comissão Permanente de Licitação, com exceção da análise e julgamento das Propostas Técnicas, que será designada por autoridade competente por meio de Portaria.
- 23.2 As Propostas Técnicas serão analisadas e julgadas por Subcomissão Técnica, designada posteriormente, constituída por 3 (três) membros que sejam formados em Comunicação, Publicidade ou Marketing ou que atuem em uma dessas áreas.
- 23.3 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.
- 23.4 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.
- 23.5 Para composição da Subcomissão Técnica, a Comissão Permanente de Licitação deverá solicitar a comprovação dos requisitos de qualificação dos possíveis membros da Subcomissão Técnica.
- 23.6 A relação dos nomes para a formação da Subcomissão Técnica será publicada Gazeta Municipal de Cuiabá e no site da Câmara Municipal de Cuiabá, em prazo não inferior a 10 (dez) dias da data em que será realizada a sessão pública marcada para o sorteio.
- 23.7 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.
- 23.8 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.
- 23.9 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;
- 23.10 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.
- 23.11 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.
- 23.12 Será necessário publicar nova relação se o número de membros mantidos depois da impugnação for inferior aos mínimos exigidos por Lei.
- 23.13 Só será admitida nova impugnação a nome que vier a completar a relação anteriormente publicada.



- 23.14 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.
- 23.15 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.
- 23.16 Os integrantes da Subcomissão Técnica não poderão participar da sessão de recebimento e abertura dos envelopes com as Propostas Técnica e de Preços, conforme §1º do art. 11 da Lei n. 12.232/10.

24 DO DESCONTO DE AGÊNCIA

- 24.1 Além da remuneração prevista, a CONTRATADA fará jus ao desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, em conformidade com o art. 11 da Lei n. 4.680/65 e do Decreto n. 57.690/66.
- 24.2 O desconto será concedido à CONTRATADA pela concepção, execução e ou distribuição de publicidade, por ordem e conta da CONTRATANTE, nos termos do art. 19 da Lei n. 12.232/2010.
- 24.3 A CONTRATADA repassará a CONTRATANTE o valor correspondente a 2% (dois) 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, em conformidade com o Anexo B das Normas Padrão da Atividade Publicitária (CENP).

25 PRAZO PARA A ASSINATURA DO CONTRATO

- 25.1 O contrato deverá ser assinado pela licitante declarada vencedora do certame no prazo de até **05 (cinco) dias úteis**, contados 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 da Lei nº 14.133/21 e alterações subsequentes.

26 PRAZOS E CONDIÇÕES DE PAGAMENTO

- 26.1 Pelos serviços prestados, a Contratada será remunerada da seguinte forma:
- a) Valor de CUSTOS INTERNOS, baseado na tabela de preços do SINAPRO/MT - Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Mato Grosso, já abatido o percentual de desconto sobre os valores da referida tabela, conforme ofertado em sua proposta de preços.
- b) Honorários sobre os custos externos (i) de produção e da execução técnica de peça e ou material, assim como (ii) do 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) da criação e do desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias, conforme ofertado em sua proposta de preços,
- 26.2 O faturamento dos serviços de produção externa e veiculação deverá ser feito pelos prestadores desses serviços em nome da Câmara Municipal de Cuiabá, aos cuidados da CONTRATADA, através da qual os pagamentos serão efetuados.



- 26.3 Os honorários de que trata o subitem 28.1, “b”, serão calculados sobre o preço efetivamente faturado, a ele não acrescido o valor dos tributos cujo recolhimento seja de competência da CONTRATADA.
- 26.4 Despesas com deslocamento de profissionais da CONTRATADA, de seus representantes ou de fornecedores por ela contratados, serão de exclusiva responsabilidade da CONTRATADA. Eventuais exceções, no exclusivo interesse da CONTRATANTE, poderão vir a ser ressarcidas por seu valor líquido e sem cobrança de honorários pela CONTRATADA, desde que antecipadamente orçadas e aprovadas pela CONTRATANTE.
- 26.5 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 a incidência de honorários.
- 26.6 Pertencem à 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.
- 26.7 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.

27 DA LIQUIDAÇÃO E PAGAMENTO DE DESPESAS

27.1 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.

27.2 O comprovante de veiculação a que se refere o subitem 27.1, 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.

27.3 As formas de comprovação de veiculação em mídia não previstas nas alíneas “a”, “b”, e “c” do subitem 27.2. III, serão estabelecidas formalmente pela CONTRATANTE, antes da aprovação do respectivo Plano de Mídia.

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

27.5 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 à CONTRATANTE.

27.6 Os documentos de cobrança e comprovação da execução e entrega dos serviços para a liquidação e pagamento de despesas deverão ser encaminhados pela CONTRATADA à CONTRATANTE.

27.7 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.

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

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

27.10 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.

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

27.12 A não apresentação ou a irregularidade dos documentos listados no subitem 27.10 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.

27.13 A CONTRATANTE efetuará o pagamento conforme disponibilidade orçamentária e financeira, em até 30 (trinta) dias após ateste do fiscal e conformidade do gestor do contrato.

27.14 O atesto somente será realizado mediante a comprovação do cumprimento pela CONTRATADA de todas as condições pactuadas e ocorrerá em até 5 (cinco) dias úteis após a entrega da documentação pertinente.

27.15 Para efeito de contagem do prazo de atesto, a documentação recebida após as 13h30 será considerada entregue no dia útil subsequente.

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



- 27.17 A CONTRATANTE não é obrigada a pagar nenhum compromisso, assumido pela CONTRATADA, que lhe venha a ser cobrado diretamente por terceiros.
- 27.18 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.
- 27.19 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.

28 DAS SANÇÕES/PENALIDADES

- 28.1 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.
- 28.2 Nenhuma sanção será aplicada sem o devido processo administrativo, assegurado à CONTRATADA o contraditório e a ampla defesa.
- 28.3 As sanções aplicadas só poderão ser relevadas motivadamente e por conveniência administrativa, mediante ato devidamente justificado da autoridade competente.
- 28.4 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.
- 28.5 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.
- 28.6 A falha na execução contratual restará configurada quando:
- 28.7 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

- 28.8 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

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



	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 serviços especializados ou reservar e comprar espaço ou tempo publicitário de veículos de divulgação, relacionados à execução deste	GRAVE	POR OCORRÊNCIA



	contrato, sem autorização prévia e por escrito da CONTRATANTE.		
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 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	GRAVE	POR OCORRÊNCIA



	da CONTRATANTE.		
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 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



- 28.9 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.
- 28.10 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.
- 28.11 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.
- 28.12 A multa moratória poderá ser cobrada pelo atraso injustificado no cumprimento do objeto ou de prazos estipulados.
- 28.13 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.
- 28.14 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.
- 28.15 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.
- 28.16 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.
- 28.17 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.
- 28.18 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.
- 28.19 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.
- 28.20 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.
- 28.21 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.

28.22 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.

28.23 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.

28.24 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.

28.25 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.

29 DA PARTICIPAÇÃO DE MICRO EMPRESA E EMPRESA DE PEQUENO PORTE

29.1 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.

29.1.1 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. Eventual interposição de recurso contra a decisão que declara o vencedor do certame não suspenderá o prazo supracitado.

29.2 A não regularização da documentação no prazo previsto no subitem 29.1.1 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.

29.3 Será assegurada, 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.

29.3.1 O empate será aferido levando em consideração o resultado da ponderação entre a técnica e o preço na proposta apresentada pelos licitantes.

29.4 Ocorrendo o empate, ocorrerá o procedimento da seguinte forma:



- 29.4.1 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;
- 29.4.2 Não ocorrendo a contratação da ME e EPP, na forma do subitem 29.4.1., serão convocadas as remanescentes que atenderem rigorosamente o edital e seus anexos, na ordem classificatória, para o exercício do mesmo direito;
- 29.4.3 No caso de equivalência dos valores apresentados pelas empresas de pequeno porte que se encontre no intervalo estabelecido no subitem 29.3., será realizado sorteio entre elas para que se identifique aquela que primeiro poderá apresentar melhor oferta;
- 29.4.4 Na hipótese da não contratação nos termos previstos acima, o objeto licitado será adjudicado em favor da proposta originalmente vencedora do certame.
- 29.5 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 Anexo deste Edital.
- 29.6 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.

30 DA ANTICORRUPÇÃO E SEGURANÇA DA INFORMAÇÃO

- 30.1 Para a perfeita execução do Termo de Referência e das condições prevista no edital, nenhuma das partes poderá oferecer dar ou se comprometer a dar a quem quer que seja, ou aceitar ou se comprometer a aceitar de quem quer que seja, tanto por conta própria quanto por intermédio de outrem, qualquer pagamento, doação, compensação, vantagens financeiras ou benefícios de qualquer espécie, seja de forma direta ou indireta quanto ao objeto desta TR, ou de outra forma a ele não relacionado, o que deve ser observado, ainda, pelos prepostos e colaboradores.
- 30.2 A CONTRATADA deverá, através de seu representante legal, firmar acordo de confidencialidade de informação e dar ciência do mesmo a toda a sua equipe de profissionais que participarão da execução do objeto, comprometendo-se perante a Câmara Municipal de Cuiabá, por meio da assinatura do Termo de Responsabilidade e Sigilo, a observância das obrigações nele descrito.

Cuiabá, 9 de abril de 2025.

Luiz Gonzaga Silveira Neto
Secretário de Comunicação



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 conterá 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.

5.4 O resultado será comunicado formalmente às agências participantes.

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

LUIZ GONZAGA SILVEIRA NETO

Secretário de Comunicação



ANEXO IV
CARTA DE CREDENCIAMENTO

CONCORRÊNCIA PÚBLICA N. 001/2025

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

À
Câmara Municipal de Cuiabá-MT
Ref : Licitação na modalidade CONCORRÊNCIA PÚBLICA N. 001/2025.

Indicamos o (a) Sr. (a).....,
Portador (a) da cédula de identidade nº....., 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/2025

ORIGEM: CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº001/2025

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.

A **CÂMARA MUNICIPAL DE CUIABÁ-MT**, 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 pela Presidente **VEREADORA PAULA CALIL**, neste ato denominada simplesmente **CONTRATANTE**, do outro lado as agências de publicidade:

....., inscrita no CNPJ com o n.º, com sede na
....., neste ato representada por

....., inscrita no CNPJ com o n.º, com sede na
....., neste ato representada por

....., inscrita no CNPJ com o n.º, com sede na
....., neste ato representada por

doravante denominadas CONTRATADA, resolvem firmar contrato de prestação de serviços de publicidade por meio da **CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº001/2025**, nos termos da Lei Nº 12.232, de 29 de abril de 2010, da Lei Nº 14.133, de 1 de abril 2021, e alterações posteriores, e demais normas aplicáveis.

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 divisão por lotes, itens, contas publicitárias ou segmento, compreendo o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo: o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com a finalidade de divulgar as ações do Poder Legislativo Municipal ao público em geral.
- 1.2.** Também integram o objeto desta contratação, como atividades complementares, os serviços especializados pertinentes:



- 1.2.1. 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;
- 1.2.2. À produção, à execução técnica e à veiculação das peças e projetos criados;
- 1.2.3. À criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando à expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias;
- 1.3. 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.
- 1.4. As pesquisas e outros instrumentos de avaliação previstos no subitem 1.2.1 terão 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.
 - 1.4.1 É vedada a inclusão de matéria estranha ou que não guarde pertinência temática com a ação publicitária ou com o objeto do contrato de prestação de serviços de publicidade nas pesquisas e avaliações previstas na alínea “a”.
- 1.5. Os serviços abrangem as ações de marketing e publicidade institucional, bem como serviço de utilidade pública, sobre todos os assuntos e temas de competência ou interesse da Câmara Municipal de Cuiabá
- 1.6. Os serviços objeto da presente contratação serão prestados por agência de propaganda cuja atividade seja disciplinada pela Lei n.º 4.680/1965 e que tenha obtido certificado de qualificação técnica de funcionamento, nos termos do Art. 4º da Lei n.º 12.232/2010.
- 1.7. As agências atuarão por ordem e conta da CMC, em conformidade com o art. 3º da Lei nº 4.680/1965, na contratação de fornecedores de bens e serviços especializados, para a execução das atividades complementares de que trata o subitem 2.2, e de veículos e demais meios de divulgação, para a transmissão de mensagens publicitárias.
- 1.8. O produto final decorrente da execução do objeto desta licitação será propriedade da CMC, sendo, portanto, proibida a sua divulgação por qualquer meio ou sua reprodução total ou parcial sem expressa autorização, ficando o contratado sujeito às penalidades aplicáveis
- 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. As CONTRATADAS atuarão apenas de acordo com solicitação da Câmara Municipal de Cuiabá, mediante processo de seleção interno.
- 1.11. 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.º001/2025**, 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 007/2025 e deste instrumento contratual aos casos omissos que possam ocorrer.

2.2. Fazem parte deste CONTRATO o **Termo de Referência n.º 007/2025** e seus anexos, além das Propostas técnicas e de preço das Agências de Publicidade e demais elementos constantes do processo do **CONCORRÊNCIA PÚBLICA N.º001/2025**.

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. 107, da Lei n.º 14.133/21, limitada sua vigência ao prazo decenal.

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:

Função:	01 - Legislativa
Subfunção:	031 – Ação Legislativa
Programa:	0001 – Atuação Legislativa da Câmara Municipal
P.A./O.E.:	2009 – Divulgação Institucional
Natureza de Despesa:	33.90.39 – Outros Serviços de Terceiros – Pessoa Jurídica
Fonte de Recurso:	015000000000 – Recursos Ordinários



Reduzido:

27

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. 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.

5.3.1. As CONTRATADAS se obrigarão 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.

5.3.2. 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 Demais especificações quanto ao modelo de execução e de gestão do objeto estão descritas no Termo de Referência da contratação.

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\$ 5.000.000,00 (cinco milhões de reais)** para o prazo de vigência de 12 (doze) meses.

7.2. 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. Constituem obrigações da Contratada as constantes do item 8 do Termo de Referência, além das demais previstas no Edital da Concorrência Pública n.º 001/2025 ou dele decorrentes.

CLÁUSULA NONA – DAS OBRIGAÇÕES DA CONTRATANTE

9.1. Constituem obrigações da Contratante as constantes do item 9 do Termo de Referência, além das demais previstas no Edital da Concorrência Pública n.º 001/2025 ou dele decorrentes.

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 da CONTRATADA, de seus representantes ou de fornecedores por ela contratados, serão de exclusiva responsabilidade da CONTRATADA. Eventuais exceções, no exclusivo interesse da CONTRATANTE, poderão vir a ser ressarcidas por seu valor líquido e sem cobrança de honorários pela CONTRATADA, desde que antecipadamente orçadas e aprovadas pela CONTRATANTE.

10.5. A Câmara Municipal de Cuiabá efetuará o pagamento em até 30 (trinta) dias após atesto do fiscal de contrato e relatório de conformidade 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 13h03 será considerada entregue no dia útil subsequente.

CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA – DO DESCONTO DE AGÊNCIA

11.1. Além da remuneração prevista na Cláusula Décima, 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 nº 12.232/2010.



11.2. A(s) CONTRATADA(s) repassará(ão) a CONTRATANTE o valor correspondente a 2% (dois) 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, em conformidade com o Anexo B das Normas Padrão da Atividade Publicitária (CENP).

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 à CONTRATANTE.

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, em até 30 (trinta) dias após ateste do fiscal e conformidade do gestor do contrato.

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 13h30 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 Presidência 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. A Fiscalização e aceitação do objeto do contrato ficarão sob a responsabilidade do Fiscal do Contrato designado que comunicará aos setores competentes as possíveis irregularidades ocorridas, durante o prazo de vigência do contrato.



14.4. 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 15.1.3.;

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.

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
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	GRAVE	POR OCORRÊNCIA



	divulgação ou não transferir à CONTRATANTE todas as vantagens obtidas		
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
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	GRAVE	POR OCORRÊNCIA



	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.		
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 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	GRAVE	POR OCORRÊNCIA



	procedimento de cotação; e que algum dirigente ou empregado da CONTRATADA tenha participação societária ou vínculo comercial ou de parentesco até o terceiro grau.		
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
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 Sexta.

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 nº 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° 007/2025.

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 irreajustáveis no prazo de um ano contado da data da proposta.

23.2. Após o interregno de um ano, os preços iniciais poderão ser reajustados, mediante a aplicação do Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo – IPCA, por meio de requerimento da CONTRATADA.

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

23.4 Caso o índice estabelecido para reajustamento venha a ser extinto ou de qualquer forma não possa mais ser utilizado, será adotado em substituição, o que vier a ser determinado pela legislação em vigor.

23.5 Na ausência de previsão legal quanto ao índice substituto, as partes elegerão novo índice oficial, para reajustamento do preço do valor remanescente, por meio de termo aditivo.

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 2025.

CONTRATANTE:

VEREADORA PAULA CALIL
Presidente da Câmara Municipal de Cuiabá

CONTRATADA (S):

NOME EMPRESA
CNPJ N.º.

NOME EMPRESA
CNPJ N.º.

NOME EMPRESA
CNPJ N.º.



ANEXO VI

MODELO DE DECLARAÇÃO

DECLARAÇÃO

Processo Administrativo 2025.004.048

OBJETO: Representação em licitação

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2025

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.º 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 4.13. 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 2025.

**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
001/2025

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 2025.

Assinatura do representante legal sob carimbo

RG:

CPF:

CNPJ da empresa



ANEXO IX

MODELO DE PROPOSTA DE PREÇO

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2025

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 n.º 01/2025, 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 2% (dois 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 2025.

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 001/2025

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 2025.

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 - PLANILHA DE NOTAS - PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

CAMPANHA OX : "TÍTULO"		MEMBRO XX :NOME		
SUBQUESITO	ASPECTOS AVALIAÇÃO	PONTUAÇÃO DE 0 A 10	PESO	JUSTIFICATIVA
RACIOCÍNIO BÁSICO	a) a acuidade demonstrada na compreensão das características, das funções e do papel da Câmara Municipal de Cuiabá nos contextos social, político e econômico.		-	
	b) A adequada compreensão da natureza, da extensão e da qualidade das relações da CMC com seus públicos e das atividades da CMC que sejam significativas para a comunicação publicitária;		-	
	c) a assertividade demonstrada na análise do desafio de comunicação e no entendimento dos objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing.		-	
SUBTOTAL MÁXIMO 15 PONTOS				
NOTA AJUSTADA			-	

SUBQUESITO	ASPECTOS AVALIAÇÃO	PONTUAÇÃO DE 0 A 10	PESO MÁXIMO	JUSTIFICATIVA
ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA	a) a adequação do partido temático e do conceito à natureza e às atividades da CMC, bem como ao desafio e aos objetivos de comunicação;		-	
	b) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito propostos;		-	
	c) A adequação, estruturação e exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do desafio de comunicação expresso no Briefing;		-	
	d) A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta;		-	
	e) A capacidade de articular os conhecimentos sobre a CMC, seu desafio de comunicação, seus públicos, os objetivos de comunicação previstos no Briefing e a verba disponível.		-	
SUBTOTAL MÁXIMO 20 PONTOS			-	
NOTA AJUSTADA			-	

SUBQUESITO	ASPECTOS AVALIAÇÃO	PONTUAÇÃO DE 0 A 10	PESO MÁXIMO	JUSTIFICATIVA
IDEIA CRIATIVA	a) A adequação da ideia criativa ao desafio de comunicação e a exequibilidade das peças e/ou dos materiais.		-	
	b) Seu alinhamento com a estratégia de comunicação publicitária sugerida pela licitante;		-	
	c) A combinação de seus elementos, a simplicidade sob a qual se apresenta e a compatibilidade da linguagem aos meios e públicos propostos.		-	
	d) Os desdobramentos comunicativos que enseja e a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta, conforme demonstrado nos exemplos de peças e/ou materiais apresentados.		-	
	e) A pertinência às atividades de comunicação da CMC, assim como sua inserção nos contextos social, político e econômico.		-	
SUBTOTAL MÁXIMO 20 PONTOS		0	-	
NOTA AJUSTADA			-	

SUBQUESITO	ASPECTOS AVALIAÇÃO	PONTUAÇÃO DE 0 A 10	PESO MÁXIMO	JUSTIFICATIVA
ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA	a) O conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação do público-alvo e a capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos;		-	
	b) A consistência do plano simulado de distribuição das peças e ou do material;		-	
	c) A pertinência e oportunidade demonstradas no uso dos recursos de comunicação próprios da CMC;		-	
	d) A economicidade da aplicação da verba e a otimização da mídia, evidenciadas no plano simulado de distribuição das peças e/ou dos materiais.		-	
SUBTOTAL MÁXIMO 15 PONTOS			-	
NOTA AJUSTADA			-	
TOTAL MÁXIMO PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA			70	
			NOTA FINAL AJUSTADA =	-

ANEXO XII - PLANILHA DE NOTAS - CONJUNTO DE INFORMAÇÕES DO PROPONENTE

CAMPANHA 0X: "TÍTULO"		MEMBRO XX: NOME		
QUESITOS	ASPECTOS AVALIAÇÃO	PONTUAÇÃO DE 0 A 10	PESO MÁXIMO	JUSTIFICATIVA
CAPACIDADE DE ATENDIMENTO	a) o porte e a tradição dos clientes atuais da licitante e o conceito de seus produtos e serviços no mercado;		-	
	b) A adequação dos profissionais, quanto às quantificações, qualificações e experiência em atividades publicitárias;		-	
	c) A adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que estarão à disposição da execução do contrato;		-	
	d) A operacionalidade do relacionamento entre a CMC e a licitante, esquematizado na proposta;		-	
	e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que a licitante colocará regularmente à disposição da CMC, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato.		-	
SUBTOTAL MÁXIMO 10 PONTOS				
NOTA AJUSTADA			-	

QUESITO	ASPECTOS AVALIAÇÃO	PONTUAÇÃO DE 0 A 10	PESO MÁXIMO	JUSTIFICATIVA
REPERTÓRIO	a) A ideia criativa e sua pertinência ao problema que a licitante se propôs a resolver;		-	
	b) A qualidade da execução e do acabamento da peça e ou material;		-	
	c) A clareza da exposição das informações prestadas.		-	
SUBTOTAL MÁXIMO 10 PONTOS				
NOTA AJUSTADA			-	

QUESITO	ASPECTOS AVALIAÇÃO	PONTUAÇÃO DE 0 A 10	PESO MÁXIMO	JUSTIFICATIVA
RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO	a) A evidência do planejamento publicitário;		-	
	b) A consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução;		-	
	c) A relevância dos resultados apresentados;		-	
	d) A concatenação lógica da exposição.		-	
SUBTOTAL MÁXIMO 10 PONTOS				
NOTA AJUSTADA			-	

TOTAL MÁXIMO PLANO DO CONJUNTO DE INFORMAÇÕES DO PROPONENTE			30,00	
NOTA FINAL AJUSTADA				-



ANEXO XIII – BRIEFING

Briefing

1. A Câmara Municipal de Cuiabá

Em 1º de janeiro de 1727, instalou-se a “Vila Real do Bom Jesus de Cuiabá, sendo 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 se tem registros nos anais da Câmara Municipal de 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 de graduados do exército (os coronéis) 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 começa logo mais 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. Mario Correa 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 nas pequenas cidades, foi instituído o pagamento de salário para o cargo de vereador, independente do tamanho e número de habitantes dos municípios.

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



O 1º endereço da Câmara encontrado 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.

2. Cenário atual

A Câmara Municipal de Cuiabá está na sua 21ª Legislatura, no período que corresponde de janeiro de 2025 até dezembro de 2028. Os 27 vereadores e vereadoras eleitos são a ligação entre o governo e o povo. Eles têm o poder de ouvir o que os eleitores querem, propor e aprovar esses pedidos na Câmara Municipal e fiscalizar se o prefeito e seus secretários estão colocando essas demandas em prática. Por isso, é importante que o eleitor acompanhe a atuação do vereador para verificar se o trabalho está sendo bem desenvolvido.

Ao vereador cabe elaborar as leis municipais e fiscalizar a atuação do Executivo – no caso, o prefeito. São os vereadores que propõem, discutem e aprovam as leis a serem aplicadas no município. Entre essas leis, está a Lei Orçamentária Anual, que define em que deverão ser aplicados os recursos provenientes dos impostos pagos pelos cidadãos. Também é dever do vereador acompanhar as ações do Executivo, verificando se estão sendo cumpridas as metas de governo e se estão sendo atendidas as normas legais.

Os vereadores fazem parte do Poder Legislativo, e discutem e votam matérias que envolvem impostos municipais, educação municipal, linhas de ônibus e saneamento, entre outros temas da cidade. Cada vereador é eleito de forma direta, pelo voto, tornando-se um representante da população. Por isso, deve propor projetos que estejam de acordo com os interesses e o bem-estar do povo.

Na Câmara Municipal, os projetos, emendas e resoluções têm de passar por comissões, para serem votados no plenário. Mesmo depois de aprovados, projetos e emendas precisam ser submetidos à apreciação do prefeito, que pode vetá-los total ou parcialmente ou aprová-los. Quando há aprovação, o projeto é publicado no diário oficial da cidade e vira lei.

3. As Comissões

A 21ª Legislatura montou 23 Comissões Permanentes de trabalho, que são:

- Comissão de Constituição, Justiça e Redação
- Comissão de Fiscalização e Acompanhamento da Execução Orçamentária
- Comissão de Transporte e Mobilidade
- Comissão de Meio Ambiente e Urbanismo
- Comissão de Regularização Fundiária
- Comissão de Agricultura, Trabalho e Desenvolvimento Rural
- Comissão de Previdência e Administração Pública
- Comissão de Educação
- Comissão de Inovação, Ciência e Tecnologia
- Comissão de Saúde
- Comissão de Turismo
- Comissão de Esporte e Lazer
- Comissão de Cultura e Patrimônio Histórico
- Comissão de Obras Públicas
- Comissão de Indústria e Comércio



- Comissão de Direitos Humanos, Cidadania e Pessoas com Deficiência
- Comissão de Defesa do Consumidor e do Contribuinte
- Comissão de Ética e Decoro Parlamentar
- Comissão da Criança e do Adolescente
- Comissão dos Direitos da Mulher
- Comissão de Defesa aos Direitos dos Animais
- Comissão dos Direitos dos Idosos
- Comissão de Segurança Pública

4. Desafio de Comunicação

O entendimento efetivo do trabalho da Câmara Municipal e do papel dos vereadores e vereadoras ainda é muito pequeno por parte da população. Fazer com que as pessoas reconheçam a importância das ações da Câmara e como elas impactam no dia das pessoas em todos os cantos da cidade é o maior desafio de comunicação que se apresenta. Para tornar mais palpável esse entendimento, queremos uma campanha que apresente as ações do legislativo municipal a partir do trabalho das Comissões Permanentes. Ao mostrar a amplitude de segmentos e a abrangência de atuação da Câmara, a campanha deve conseguir transmitir o papel relevante dos vereadores e vereadoras em todas as áreas que impactam a vida das pessoas e mostrar como o legislativo está presente nos bairros, nas comunidades, para encontrar as melhores soluções para todos.

5. Objetivos de Comunicação

Mostrar como a Câmara Municipal de Cuiabá está presente em toda a cidade e em todas as áreas que dizem respeito à população, impactando no dia a dia de todos. A campanha deve posicionar o legislativo como um poder abrangente, atuante e com inferência em diversas áreas, capaz de fazer a ponte entre o cidadão e o governo e encontrar caminhos para melhorar a qualidade de vida e o desenvolvimento da cidade. Mostrar, ainda, que a Câmara está de portas abertas para que a população participe das ações das comissões, dê sua opinião e ajude a construir uma cidade melhor para todos.

Objetivos Específicos:

- Apresentar a abrangência do trabalho da Câmara Municipal de Cuiabá;
- Mostrar que o trabalho dos vereadores e vereadoras impacta todas as áreas da vida da população na cidade;
- Mostrar como, através das Comissões, os temas mais relevantes para a população podem ganhar voz e encontrar caminhos mais eficientes;
- Apresentar a Câmara Municipal como o poder mais próximo da população;
- Convidar a população a participar de forma mais efetiva das ações do legislativo municipal;
- Divulgar os canais de acesso para que todos possam acompanhar os trabalhos da Câmara Municipal de Cuiabá.

6. Público-alvo

População de Cuiabá acima de 18 anos, de todas as classes sociais, especialmente os representantes de segmentos sociais contemplados pelas comissões permanentes de trabalho da Câmara Municipal.

7. Área de abrangência

Município de Cuiabá, contemplando áreas urbanas e rurais.



8. Período e Verba Referencial

30 dias de campanha.

Verba máxima de R\$ **R\$ 1.500.000,00**(um milhão e meio de reais), incluindo produção, veiculação de mídia e não mídia.

Não deve ser alocada verba alguma para criação (custos internos), bem como devem ser desconsiderados os honorários e custos internos sobre os bens e serviços especializados prestados por fornecedores.

9. Peças

A campanha deverá conter 10 peças corporificadas, sendo obrigatoriamente, no mínimo:

- 1 Storyboard ou animatic para VT
- 1 Spot de rádio
- 1 Anúncio para meio impresso
- 1 Peça out-of-home
- 1 Post para redes sociais

As demais peças ficam a critério da licitante.

A estratégia pode apresentar quantas peças forem necessárias para atender o objetivo de comunicação proposto e devem ser listadas como peças não corporificadas.



ANEXO XIV – ESTUDO TÉCNICO PRELIMINAR

INFORMAÇÕES PRIMÁRIAS SOBRE A DESPESA	
1. Órgão: Câmara Municipal de Cuiabá	2. Estudo Técnico Preliminar ETP Nº. 004/2025
3. Número da Unidade Orçamentária: 001	4. Descrição de Categoria de Investimento: Prestação de serviços

ESTUDO TÉCNICO PRELIMINAR

Nos termos da § 1º do art. 18, da Lei n. 14.133/2021, o Estudo Técnico Preliminar deverá evidenciar o problema a ser resolvido e a melhor solução, de modo a permitir a avaliação da viabilidade técnica, socioeconômica e ambiental da contratação, conforme descrição a seguir.

1. INTRODUÇÃO

O presente estudo tem como objetivo analisar os elementos essenciais relacionados à licitação para contratação de serviços de publicidade a serem prestados por intermédio de agências de propaganda, com vistas a melhor atender às necessidades de comunicação publicitária da Câmara Municipal de Cuiabá. A contratação tem como finalidade garantir transparência e eficiência na veiculação de informações institucionais e de utilidade pública.

2. OBJETO A SER CONTRATADO

- Contratação de 3 (três) agências de publicidade para a execução de serviços especializados, compreendendo:
- Planejamento e execução de estratégias de comunicação;
- Criação e produção de campanhas publicitárias;
- Compra de mídia e veiculação de publicidade em diversos canais;
- Monitoramento e avaliação de impacto das campanhas;
- Pesquisa de mercado e análise de público-alvo;
- Desenvolvimento de ações de marketing digital e estratégias de engajamento

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

A divulgação dos atos administrativos do Poder Legislativo Municipal, de forma impessoal, transparente e acessível, constitui dever institucional e requisito essencial para o fortalecimento da cidadania e da transparência pública. Nesse contexto, a contratação de agência(s) especializada(s) em publicidade e propaganda revela-se medida indispensável para assegurar o pleno exercício da função comunicacional do Município, permitindo que a sociedade tenha amplo conhecimento das ações, programas e iniciativas promovidas pela Câmara Municipal de Cuiabá, em consonância com os princípios constitucionais da publicidade e da eficiência.



4. LEGISLAÇÃO APLICADA

As presentes contratações de serviço de publicidade, bem como a execução contratual desses serviços, se baseiam nos dispositivos legais e normativos a baixo:

- Lei nº 14.133/2021 (Nova Lei de Licitações e Contratos): regula as contratações públicas, exige Estudo Técnico Preliminar e define critérios para seleção de fornecedores de serviços especializados.
- Lei nº 12.232/2010: disciplina especificamente a contratação de agências de publicidade pela Administração Pública, exigindo licitação na modalidade concorrência, do tipo técnica e preço, e vedando promoção pessoal.
- Lei nº 4.680/1965: regula o exercício da atividade publicitária, exigindo registro profissional e servindo como base para avaliação da qualificação técnica das agências.
- Constituição Federal (art. 37, caput e §1º): impõe os princípios da legalidade, impessoalidade, moralidade, publicidade e eficiência, e proíbe o uso promocional da publicidade oficial.
- Decreto nº 6.555/2008: estabelece diretrizes para a comunicação institucional, servindo como referência de boas práticas, especialmente no que se refere à transparência e ao interesse público.

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

O objeto está previsto no Plano de Contratações Anual?	
() Sim, e corresponde ao item () do referido PCA.	(x) Não. Justificativa: No exercício de 2024, foi instaurado processo licitatório visando à contratação do objeto ora tratado neste Estudo Técnico Preliminar, o qual foi formalmente revogado em 27 de dezembro de 2024. Considerando que a necessidade da contratação permanece atual e imprescindível para o cumprimento das atribuições institucionais da Câmara Municipal de Cuiabá, justifica-se sua inclusão excepcional no planejamento de contratações do exercício de 2025, ainda que ausente previsão específica no Plano de Contratações Anual (PCA). A medida visa assegurar a continuidade das ações



	estratégias de comunicação institucional, alinhadas aos princípios da transparência, publicidade e eficiência administrativa.
--	---

2. 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 do contrato: 012/2019

Vigência: 06/09/2024

() Não.

. Há necessidade de treinamento?

() Sim.

(X) Não.

3. 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:

Com o objetivo de identificar a solução mais adequada às necessidades da Administração, foram realizadas análises de contratações similares promovidas por diversos entes públicos, com base em pesquisas em editais disponíveis no portal oficial <https://www.comprasgovernamentais.gov.br/>. A partir desse levantamento, buscou-se verificar a adoção de metodologias atualizadas, tecnologias emergentes e inovações no âmbito da publicidade institucional, visando garantir a eficiência, a economicidade e a efetividade da futura contratação pela Câmara Municipal de Cuiabá.

1. **Órgão:** Assembleia Legislativa do Estado de Mato Grosso - Concorrência Pública Nº: 01/2017

Objeto: 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 a 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;

b) também integram o objeto desta concorrência, como atividades complementares, os serviços especializados pertinentes:

b1) planejamento 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;

b2) a produção e execução técnica das peças e projetos publicitários criados;

b3) a criação e o desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando À expansão dos efeitos das mensagens publicitárias.

2. **Órgão:** Prefeitura de Várzea Grande – Concorrência pública Nº 01/2017;

Objeto: Contratação de até 03 (três) agências para a prestação de serviços de publicidade, conforme especificações e quantitativos constantes no edital e no briefing.

3. **Órgão:** Tribunal de Contas do Estado de Mato Grosso – Concorrência pública Nº 01/2018;

Objeto: Contratação de empresa especializada (agência de propaganda) para a prestação de serviços de publicidade, por meio de licitação na modalidade concorrência 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 integralmente que tenham por objetivo o estudo, 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 públicos de interesse.



. Há restrição de fornecedores?

() Sim.

(X) Não.

4. 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:

R\$ 5.000.000,00

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 da Câmara Municipal a todos os cidadãos do município.



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

A redução do valor estimado para a contratação publicidade e propaganda na Câmara Municipal de Cuiabá, antes previsto em R\$ 15.003.249,00, se faz necessário porque o orçamento total estimado desta Câmara para 2025, antes previsto em cerca de R\$ 130.000.000,00, não se cumpriu, atingindo apenas R\$ 102.000.000,00.

Por isso, justifica-se o valor proposto de R\$ 5.000.000,00. Além de uma série de razões que refletem a necessidade de aprimorar os esforços de comunicação, conforme os itens abaixo:

Relacionamento com os públicos, visibilidade das ações e incentivo à participação popular:

A comunicação institucional qualificada é elemento estruturante para a consolidação da democracia e o fortalecimento da cidadania. Ao promover o acesso à informação, ela possibilita que a sociedade compreenda o papel do Poder Legislativo, acompanhe a formulação de políticas públicas e exerça, de forma plena, o controle social. No entanto, verifica-se um distanciamento significativo entre o Legislativo e a população, evidenciado por baixos índices de conhecimento e engajamento em relação às atividades parlamentares.

Pesquisa realizada pela Assembleia Legislativa do Estado de Mato Grosso, em 2022, apontou que mais da metade dos entrevistados se declarou mal informada sobre as ações do Legislativo, e menos de 10% percebem que esse Poder cumpre integralmente sua missão institucional. Tais dados revelam um cenário de desinformação mais crítico do que o registrado em 2016, indicando um agravamento na percepção social sobre o papel e a atuação das casas legislativas.

Como capital do Estado e maior município mato-grossense, Cuiabá reflete esse contexto e demanda, portanto, maior protagonismo da Câmara Municipal no enfrentamento desse desafio.

É imprescindível fortalecer as ações de comunicação pública para ampliar a visibilidade institucional, esclarecer à população sobre as atribuições e entregas do Legislativo e estimular a participação popular nos processos decisórios.

Para alcançar tais objetivos, impõe-se a necessidade de investimentos estratégicos em publicidade institucional, com foco na disseminação de conteúdos de interesse coletivo — como projetos de lei, audiências públicas, sessões plenárias e prestação de



contas — utilizando uma linguagem acessível e adequada aos diversos segmentos da sociedade. Dessa forma, busca-se não apenas informar, mas também estabelecer um canal de diálogo permanente entre o Parlamento Municipal e os cidadãos, promovendo transparência, confiança institucional e engajamento cívico.

Promover ações que também fortaleçam a democracia

Em contextos marcados por crescente polarização política, disseminação de desinformação e enfraquecimento da confiança nas instituições, torna-se indispensável adotar estratégias que fortaleçam a relação entre o Poder Público e a sociedade. Nesse cenário, a comunicação institucional desempenha papel fundamental como instrumento de fortalecimento democrático, ao ampliar a transparência, promover o acesso à informação qualificada e estimular a participação cidadã.

Por meio de ações publicitárias bem estruturadas, a Câmara Municipal pode reforçar sua legitimidade institucional, ao evidenciar sua atuação na defesa dos interesses coletivos, na proteção de direitos fundamentais e na promoção da equidade social. A visibilidade das iniciativas legislativas contribui para o engajamento da população, promove o diálogo construtivo entre representantes e representados e favorece a construção de consensos em torno de políticas públicas mais eficazes e inclusivas.

Assim, ao investir em comunicação pública, a Câmara não apenas cumpre sua função constitucional de dar publicidade aos seus atos, mas também se posiciona como agente ativo no fortalecimento do Estado Democrático de Direito, promovendo a integração entre o Parlamento e a sociedade e reafirmando seu compromisso com a transparência, a representatividade e o interesse público.

Mudança nos hábitos de consumo de mídia

A transformação digital impôs profundas mudanças nos hábitos de consumo de informação, exigindo das instituições públicas uma comunicação mais ágil, acessível e estratégica. O avanço das tecnologias, a popularização da internet e a multiplicidade de plataformas digitais remodelaram o modo como os cidadãos acessam conteúdos e se relacionam com o poder público. O cidadão atual não apenas consome informação de forma fragmentada e em tempo real, como também espera uma comunicação direta, personalizada e interativa.

Nesse contexto, a Câmara Municipal de Cuiabá enfrenta o desafio de atualizar sua comunicação institucional para alcançar públicos diversos em diferentes meios — digitais e tradicionais. Não basta apenas informar: é preciso estabelecer conexão com os cidadãos, utilizando formatos e linguagens adequados a cada plataforma, de modo a garantir visibilidade, compreensão e engajamento.

A publicidade institucional torna-se, portanto, uma ferramenta essencial para ampliar a presença do Legislativo no ecossistema digital e tradicional, permitindo segmentar públicos, adaptar mensagens e fortalecer o vínculo entre o Parlamento e a população. Ao adotar estratégias multicanal — que integrem mídias sociais, televisão, rádio, imprensa e canais próprios —, a Câmara poderá maximizar o impacto de suas ações, tornar suas atividades mais conhecidas e acessíveis e promover uma cultura de transparência e participação cidadã.



Superar o desafio do digital não é apenas uma questão tecnológica, mas estratégica e institucional. Requer investimento em comunicação qualificada e contínua, capaz de posicionar a Câmara como uma instituição conectada com as transformações da sociedade, comprometida com a modernização do serviço público e com o fortalecimento do diálogo democrático.

5. ESTIMATIVA DO VALOR DA CONTRATAÇÃO, ACOMPANHADA DOS PREÇOS UNITÁRIOS REFERENCIAIS

. Meios utilizados na pesquisa:

- () Painel de preços
(X) Contratações similares
(X) Fornecedores
() Internet
() Outro

Especificar:

Valor estimado da contratação:

R\$ 5.000.000,00 (cinco milhões de reais).

6. JUSTIFICATIVAS PARA O PARCELAMENTO OU NÃO DA CONTRATAÇÃO

. A solução será dividida em itens?

O parcelamento da solução não é aplicável, pois se trata 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.

- () Sim.
() Não. Por quê?
(X) Objeto indivisível.
() Perda de economia de escala.
() Tecnicamente inviável.
() Economicamente inviável.
() Aproveitamento da competitividade.
() Outro.

Especificar: (indicar o motivo)

7. CONTRATAÇÕES CORRELATAS OU INTERDEPENDENTES

. Há contratações correlatas ou independentes?

- () Sim.
Especificar:
(x) Não.

8. 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.

- () Manutenção do funcionamento administrativo.
- () Atividade fim do órgão.
- () Redução de custo.
- () Redução dos riscos do trabalho.
- () Serviços/bens de consumo.
- () Aproveitamento de recursos humanos.
- (X) Ganho de eficiência.
- () Realização de política pública.

9. PROVIDÊNCIAS PRÉVIAS AO CONTRATO

. Há providências pendentes para o sucesso da contratação?

- () 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.).
- (X) Não.

10. IMPACTOS AMBIENTAIS E MEDIDAS DE MITIGAÇÃO

. Há previsão de impacto ambiental na contratação?

- () Sim.
Especificar os impactos: (Detalhar).
Especificar as medidas de mitigação dos impactos: (Detalhar).
- (X) Não

11. VIABILIDADE DA CONTRATAÇÃO

Portanto, conclui-se que a contratação possui viabilidade técnica, econômica e ambiental, e está apta a gerar os resultados pretendidos pela Administração.

Luiz Gonzaga Silveira Neto
Secretário de Comunicação

Cuiabá- MT, 02 de abril de 2025.