EDITAL DE LICITAÇÃO CONCORRÊNCIA PRESENCIAL Nº 01/ 2025

DATA DA ABERTURA: 01/07/2025

HORÁRIO: 10H (HORÁRIO DE BRASÍLIA)
JULGAMENTO: MELHOR TÉCNICA E PREÇO
FORMA: PRESENCIAL
MODO DE DISPUTA: FECHADO

VALOR ESTIMADO: R$ 10.000.000,00

A PREFEITURA MUNICIPAL DE RONDONÓPOLIS/MT, Estado de Mato Grosso, localizada à Avenida Duque de Caxias, n.º 526, Bairro Vila Aurora, sob a Unidade Compradora nº 989151, torna público que realizará licitação no dia 01/07/2025 na modalidade de CONCORRÊNCIA julgamento **MELHOR TÉCNICA E PREÇO,** de acordo com o que se encontra definido na especificação e condições estabelecidas neste Edital e seus anexos, cuja direção e julgamento serão realizados por sua Agente de Contratação nomeado pela Portaria nº 37.408, de 21 de janeiro de 2025, em conformidade com o disposto na Lei de Licitações e Contratos Administrativos nº 14.133, de 1º de abril de 2021, alterações e Decreto Municipal nº 11.685, de 18 de setembro de 2023 demais legislações pertinentes, mediante as condições estabelecidas neste Edital e seus anexos.

O Prazo para recebimento da **PROPOSTA TÉCNICA e PROPOSTA DE PREÇOS** junto a sede Prefeitura Municipal de Rondonópolis na Avenida Duque de Caxias, n.º 526, Bairro Vila Aurora, é até as 10:00HRS **(HORÁRIO DE BRASÍLIA) do dia 01/07/2025.**

Os interessados poderão examinar o Estudo Técnico Preliminar - ETP, Termo de Referência no Av. Duque de Caxias, n. 526, Vila Aurora retirar o Edital completo, bem como na sede da Prefeitura Municipal, no endereço citado, mediante apresentação de PEN-DRIVE, no horário das 13:00 às 18:00 horas em dias úteis, ou solicitar através dos e-mails licitacaorondonopolis@gmail.com, ou retirar no site www.rondonopolis.mt.gov.br/licitacoes/

LUCIANO RODRIGUES

SECRETÁRIO MUNICIPAL DE ADMINISTRAÇÃO, GESTÃO DE PESSOAS E INOVAÇÃO

SUMÁRIO

1. DISPOSIÇÕES INICIAIS
2. OBJETO
3. VALOR CONTRATUAL E RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS
4. CONDIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO
5. RETIRADA DO EDITAL
6. ESCLARECIMENTOS E IMPUGNAÇÃO DO EDITAL
7. MODO DE DISPUTA
8. CREDENCIAMENTO DE REPRESENTANTES
9. RECEBIMENTO DAS PROPOSTAS E DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO
10. MODALIDADE E CRITÉRIO DE JULGAMENTO DA LICITAÇÃO
11. ESPECIFICAÇÃO DO OBJETO
12. ENTREGA DA PROPOSTA TÉCNICA
13. APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA
14. JULGAMENTO DA PROPOSTA TÉCNICA
15. ENTREGA DA PROPOSTA DE PREÇO
16. APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇO
17. JULGAMENTO DA PROPOSTA DE PREÇO
18. JULGAMENTO FINAL DAS PROPOSTA TÉCNICA E PREÇO
19. ENTREGA DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO
20. APRESENTAÇÃO DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO
21. ANÁLISE DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO
22. AGENTE DE CONTRATAÇÃO E SUBCOMISSÃO TÉCNICA
23. DIVULGAÇÃO DOS ATOS LICITATÓRIOS
24. RECURSOS ADMINISTRATIVOS
25. PROCEDIMENTOS LICITATÓRIOS
26. HOMOLOGAÇÃO E ADJUDICAÇÃO
27. CONDIÇÕES CONTRATUAIS
28. GARANTIA DE EXECUÇÃO
29. OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA E DA CONTRATANTE
30. CONDIÇÕES DE PRAZO DO CONTRATO
31 . MODELO DE GESTÃO DO CONTRATO
32. FISCALIZAÇÃO
33. GESTOR DO CONTRATO
34. DO CONTROLE E REAJUSTE DE PREÇO
35. DAS SANÇÕES E PENALIDADES
36. ESTIMATIVA DE VALOR DA CONTRATAÇÃO

37. PÚBLICO ALVO

38. ADEQUAÇÃO ORÇAMENTÁRIA

39. OBSERVAÇÕES FINAIS

1. DISPOSIÇÕES INICIAIS

1.1 A Prefeitura Municipal de Rondonópolis – MT, através da **SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO**, por intermédio do Agente de Contratação e Equipe de Apoio designado pela Portaria nº 37.408 de 21 de Janeiro de 2025 e a Subcomissão Técnica, cuja a relação dos nomes para a formação será publicada no Diário Oficial do município, Jornal Estadão/MT e TCE/MT, em prazo não inferior a 10 (dez) dias da data em que será realizada a sessão pública marcada para o sorteio, torna público aos interessados que realizará **CONCORRÊNCIA PRESENCIAL**, do tipo **Melhor Técnica e Preço**, para contratação de serviços de publicidade, a serem prestados por intermédio de até 04 (quatro) agências de propaganda, com vistas a melhor atender as necessidades da Secretaria Municipal Governo através do Gestor de Gabinete de Comunicação Social, nas ações publicitárias da execução das políticas públicas municipais de competência desta pasta, executando os serviços de **ESTUDO, PLANEJAMENTO, CONCEITUAÇÃO, CONCEPÇÃO, CRIAÇÃO, EXECUÇÃO INTERNA, INTERMEDIAÇÃO, SUPERVISÃO DA EXECUÇÃO EXTERNA E A DISTRIBUIÇÃO DE PUBLICIDADE AOS VEÍCULOS E AOS DEMAIS MEIOS DE DIVULGAÇÃO OBJETIVANDO PROMOVER O ATENDIMENTO AO PRINCÍPIO DA PUBLICIDADE E AO DIREITO A INFORMAÇÃO DE QUALQUER NATUREZA, DIFUSÃO DE IDEIAS E INFORMAÇÃO AO PÚBLICO EM GERAL DA PREFEITURA MUNICIPAL DE RONDONÓPOLIS**, conforme especificações no edital e seus anexos.

O Edital e seus anexos encontram-se disponíveis nos sítios eletrônicos: http://www.rondonopolis.mt.gov.br/licitacoes/. Maiores informações pelo telefone (66) 3411-5740/5737/5738 e/ou e-mail licitacaorondonopolis@gmail.com

1.2 Os serviços serão realizados na forma de execução indireta, e regime de empreitada por preço unitário nos termos da Lei Federal nº 14.133 de abril de 2021, Lei Federal nº 12.232/2010, Decreto Municipal nº 11.685/2023, e mediante a aplicação de forma complementar da Lei nº 4.680/1965.

1.2.1 Aplicam-se também a esta concorrência, o Decreto nº 57.690/1966, o Decreto nº 4.563/2002, as Normas Padrão da Atividade Publicitária e as disposições deste Edital.

1.3 Visando atender à necessidade desta Secretaria, a contratação será realizada por meio de Licitação na Modalidade Concorrência Presencial do tipo Melhor Técnica. A escolha dessa modalidade se justifica pela necessidade de uma avaliação detalhada e qualitativa das propostas técnicas, que envolvem a criação de peças publicitárias, a definição de estratégias de comunicação e a escolha de veículos de mídia.

1.3.1 A avaliação presencial, realizada por uma comissão técnica especializada, garante a imparcialidade e a segurança do processo, evitando vícios e irregularidades. Além disso, a modalidade Concorrência Presencial permite a inclusão de critérios de inovação e sustentabilidade na avaliação das propostas, conforme previsto na Lei 14.133/2021.

2. OBJETO

2.1 O objetivo da presente concorrência é a seleção, qualificação, e contratação de agência de propaganda, para a prestação dos seguintes serviços conforme Art. 2 da Lei 12.232/2010, de acordo com o objeto descrito abaixo:

OBJETO DO EDITAL: CONTRATAÇÃO DE 04 (QUATRO) AGÊNCIAS DE PROPAGANDA PARA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE PARA A PREFEITURA MUNICIPAL DE RONDONÓPOLIS/MT, SEM SEGREGAÇÃO EM LOTES, ITENS OU CONTAS PUBLICITÁRIAS, CUJAS ATIVIDADES TEM POR OBJETIVO: ESTUDO, PLANEJAMENTO, CONCEITUAÇÃO, CONCEPÇÃO, CRIAÇÃO, INTERMEDIAÇÃO, SUPERVISÃO, EXECUÇÃO DE ESTRATÉGIAS, E AÇÕES DE PUBLICIDADE E ATIVIDADES COMPLEMENTARES, COM FINALIDADE DE DAR PUBLICIDADE E DIVULGAR AS POLÍTICAS PÚBLICAS, DIVULGAR AS AÇÕES DE GOVERNO DO PODER EXECUTIVO MUNICIPAL DA ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA DIRETA E INDIRETA, PARA INFORMAR O PÚBLICO EM GERAL, ASSIM COMO A DISTRIBUIÇÃO DA COMUNICAÇÃO AOS VEÍCULOS E DEMAIS MEIOS DE DIVULGAÇÃO, CONFORME ART. 37, § 1º DA CONSTITUIÇÃO FEDERAL, CONFORME TERMO DE REFERENCIA ENCAMINHADO PELO GABINETE DE COMUNICAÇÃO SOCIAL.

2.1.1 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.

2.1.2 Compreende-se como ação publicitária, o conjunto de peças e materiais publicitários concebidos e desenvolvidos pela agência de propaganda, mediante demanda do anunciante, com o intuito de atender ao princípio da publicidade e ao direito à informação, de difundir ideias e princípios, posicionar instituições e programas, disseminar iniciativas e políticas públicas, ou informar e orientar o público em geral.

2.1.3 Compreende-se como estratégia publicitária, a elaboração e execução do plano de ações publicitárias.

2.2 Compreende-se como agência de propaganda, a empresa especializada na arte e na técnica publicitária, que, por meio de técnicos e especialistas, estuda, planeja, conceitua, concebe, cria, executa internamente, intermedeia e supervisiona a execução externa e distribui publicidade.

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

a) À produção, à execução técnica e à veiculação das peças e projetos criados, como, por exemplo, a contratação de empresa especializada para envio de material aos veículos/exibidoras (via link, SD ou outra mídia) ou mesmo para conversão de formato e/ou extensão para veiculação em mídia específica (como no caso para exibição em cinemas), entre outros;

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

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

2.2.2 A contratação dos serviços, elencados no subitem 2.1, tem como objetivo o atendimento ao princípio da publicidade e ao direito à informação, por meio de ações que visam difundir ideias e princípios, posicionar instituições e programas, disseminar iniciativas e políticas públicas, e/ou informar e orientar o público em geral.

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

2.3 As pesquisas e os outros instrumentos de avaliação previstos na alínea 'b' do subitem 2.2.1 terão a finalidade de:

a) Gerar conhecimento sobre o mercado, o público-alvo e os meios para divulgação das peças ou campanhas publicitárias;

b) Aferir o desenvolvimento estratégico, a criação, a veiculação e a adequação das mensagens a serem divulgadas;

c) Possibilitar a mensuração e avaliação dos resultados das campanhas publicitárias, vedada a inclusão de matéria estranha ou sem pertinência temática com a ação de publicidade.

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

2.3.2 N ão se inc luem no conceito de patr ocíni o os p roj eto s de v eiculaç ão em mídia – assim entendidos os projetos de veiculação em mídia ou em instalações, dispositivos e engenhos que funcionem como veículo de divulgação – e o patrocínio de eventos esportivos, culturais ou de entretenimentos comercializados por veículo de divulgação.

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

2.4 Para a prestação dos serviços serão contratadas 04 (quatro) agências de propaganda, doravante denominadas agências, licitantes ou contratadas.

2.4.1 Os serviços objeto da presente concorrência serão contratados com agências de propaganda cujas atividades sejam disciplinadas pela Lei nº 4.680/1965 e que tenham obtido certificado de qualificação técnica de funcionamento, nos termos da Lei nº 12.232/2010.

2.4.2 As agências atuarão por ordem e conta da CONTRATANTE, em conformidade com o art. 3º da Lei nº 4.680/1965, na contratação de fornecedores de bens e de serviços especializados, para a execução das atividades complementares de que trata o subitem 2.2.1, e de veículos de divulgação, para a transmissão de mensagens publicitárias.

2.4.3 A CONTRATADA poderá subcontratar serviços de terceiros com vistas a intermediação e supervisão da execução externa e a distribuição de ações publicitárias junto a públicos de interesse, bem como à produção e à execução técnica de peças, materiais e projetos publicitários, de mídia e não mídia, criados no âmbito dos contratos, desde que tais serviços não estejam contemplados na Tabela do Sindicado das Agências de Propaganda do Estado de Mato Grosso I SINAPRO-MT.

2.4.3 As agências atuarão de acordo com solicitação do CONTRATANTE, indistintamente e independentemente de sua classificação no certame, e não terão, particularmente, exclusividade em relação a nenhum dos serviços previstos nos subitens 2.1 e 2.1.1

2.5 Os serviços serão solicitados pela CONTRATANTE às contratadas, observado o processo de seleção interna, conforme descrito no Anexo II, desse edital.

3. VALOR CONTRATUAL E RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS

3.1 O valor da contratação decorrente deste Edital está estimado em **R$ 10.000.000,00 (Dez milhões de reais)**, pelos primeiros 12 (doze) meses.

3.2 A previsão de recursos orçamentários para a execução dos serviços durante o exercício de ano 2025 consta da Lei Orçamentária Anual, nas seguintes funcionais programáticas:

PREVISÃO: 2025

ÓRGÃO: 02 – PREFEITURA MUNICIPAL DE RONDONÓPOLIS

UNIDADE: 025 – GABINETE DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

FUNÇÃO PROGRAMÁTICA: 04.131.2303.2350 – MANUTENÇÃO DAS ATIVIDADES DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

ELEMENTO DE DESPESA: 3.3.90.39.00.00 – OUTROS SERVIÇOS DE TERCEIROS – PJ

FONTE: 1.500.0000000

REDUZIDO: 999

VALOR ESTIMADO: R$ 10.000.000,00 (DEZ MILHÕES DE REAIS)

3.3 A CONTRATANTE se reserva o direito de, a seu juízo, não executar a totalidade do valor contratual.

3.4 No interesse da CONTRATANTE, as contratadas ficarão obrigadas a aceitar os acréscimos ou supressões que se fizerem necessários nos serviços, nas mesmas condições contratuais, até o limite de 25% (vinte e cinco por cento) do valor inicial atualizado do contrato, conforme disposto no. Art. 125 da Lei nº 14.133/2021.

3.5 O Objeto dessa contratação não se enquadra como sendo bem de luxo, e prazo de vigência da contratação é de 12 (Doze meses), contados da data da assinatura do contrato, podendo ser prorrogado por até 60 meses, com fulcro no art. 105,106 e 107 da Lei 14.133/2021.

3.5.1 A CONTRATANTE poderá, a qualquer tempo, efetuar revisão dos percentuais de remuneração praticados com as contratadas, em decorrência de eventual redução identificada nas referências de mercado, por meio de termo aditivo.

4. CONDIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO

4.1 Poderá participar desta concorrência a agência de propaganda que atender às condições deste Edital e apresentar os documentos nele exigidos.

4.2 Não poderá participar desta concorrência a agência de propaganda:

a) Que estiver cumprindo suspensão temporária do direito de participar de licitação ou estiver impedida de contratar com o Estado de Mato Grosso;

b) Cuja falência tenha sido decretada ou que estiver em concurso de credores, em processo de recuperação extrajudicial ou judicial, ou em processo de liquidação, dissolução, cisão, fusão ou incorporação;

b.1) as empresas que estiverem em recuperação judicial que tiveram seu Plano de Recuperação aprovado judicialmente poderão participar do certame;

c) Que tenha sido considerada inidônea, pela Administração Pública Federal, estadual ou municipal;

d) Estrangeira que não funcione no País;

e) Aquele que mantenha vínculo de natureza técnica, comercial, econômica, financeira, trabalhista ou civil com dirigente do órgão ou entidade contratante 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, devendo essa proibição constar expressamente do edital de licitação;

f) Que estejam reunidas em consórcio, qualquer que seja a sua forma de constituição; ou

g) Que atuem sem fins lucrativos.

h) Empresas controladoras, controladas ou coligadas, nos termos da Lei nº 6.404, de 15 de dezembro de 1976, concorrendo entre si;

i) 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.

4.3 Não será adotado o critério de cota destinada à ME/EPP, com fulcro no art. 49, inciso II da Lei Complementar n° 123/2006, pois os serviços não serão individualizados por item, nem tão pouco por lote, uma vez que os serviços de publicidade são contratados por estimativa, não individualizando os serviços a serem executados no decorrer da vigência do contrato.

4.4. Nenhuma licitante poderá participar desta concorrência com mais de uma Proposta.

4.5 A participação na presente concorrência implica, tacitamente, para a licitante: a confirmação de que recebeu da Agente de Contratação e a Subcomissão Técnica o invólucro padronizado previsto no subitem 12.3 e as informações necessárias ao cumprimento desta concorrência; a aceitação plena e irrevogável de todos os termos, cláusulas e condições constantes deste Edital; e a observância dos preceitos legais e regulamentares em vigor e a responsabilidade pela fidelidade e legitimidade das informações e dos documentos apresentados em qualquer fase do processo.

4.6 A licitante assume todos os custos de elaboração e apresentação das Propostas Técnica e de Preços e dos Documentos de Habilitação exigidos nesta concorrência, não sendo a CONTRATANTE, em nenhum caso, responsável por esses custos, independentemente da condução ou do resultado do presente processo licitatório.

4.7 Os bancos de dados da Controladoria-Geral da União (CGU-PJ, CEIS, CNEP e CEPIM), do Conselho Nacional de Justiça – CNJ (Certidão Negativa de Improbidade Administrativa e Inelegibilidade), serão consultados para fins de participação no certame.

5. RETIRADA DO EDITAL

5.1 Este Edital será fornecido pela CONTRATANTE de forma gratuita, podendo ser retirado por meio dos sítios abaixo, observados os procedimentos ali previstos:

5.1.1 https://www.gov.br/pncp/pt-br.

5.1.2 https://www.rondonopolis.mt.gov.br/licitacao

5.2 O interessado em participar desta licitação se obriga a acompanhar no sítio eletrônico do Portal Nacional de Contratações Públicas – PNCP, no site da Prefeitura Municipal de Rondonópolis, Diário Oficial da União, Diário de Contas (TCE), Diário Município de Rondonópolis e jornal de circulação estadual e regional "ESTADO" e no endereço eletrônico, citado no subitem anterior, eventuais alterações ou informações sobre esta concorrência.

6. ESCLARECIMENTOS E IMPUGNAÇÃO SOBRE O EDITAL

6.1 Esclarecimentos sobre esta concorrência serão prestados pelo Agente de Contratação e a Subcomissão Técnica, desde que os pedidos tenham sido recebidos em até 03 (três) dias úteis antes da data de abertura do certame, exclusivamente mediante solicitação por escrito, por e-mail lcicitacaorondonopolis@gmail.com ou protocoladas na sede da Prefeitura Municipal de Rondonópolis/MT na Av. Duque de Caxias, 526 – Vila Aurora – CEP 78740-100 – Rondonópolis/MT

6.1.1 Os pedidos de esclarecimento serão respondidos pelo Agente de Contratação e a Subcomissão Técnica em até 01 (um) dia útil da data de realização da sessão.

6.1.2 A licitante não deve utilizar, em eventual pedido de esclarecimento, nenhum termo que possibilite a identificação de sua Proposta Técnica, referente ao Invólucro nº 1 (Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada).

6.1.3 Às licitantes interessadas cabe acessar assiduamente o referido endereço para tomarem conhecimento das perguntas e respostas e manterem-se atualizadas sobre os esclarecimentos referentes a este Edital.

6.1.4 Os pedidos de esclarecimento não constituirão, necessariamente, motivos para que se alterem a data e o horário de recebimento das Propostas Técnica e de Preços previstos no subitem 9.2.

6.1.5 o Esclarecimento ou impugnação feita tempestivamente pela licitante não a impedirá de participar do processo licitatório até o trânsito em julgado da decisão a ela pertinente.

6.1.6 Decairá do direito de pedir esclarecimento ou impugnar os termos deste Edital, perante a Comissão Especial, aquele que não o fizer nos termos do item 6.1 do Edital.

7. MODO DE DISPUTA

7.1 O Modo de disputa do processo se dará de maneira "FECHADA", onde os licitantes apresentarão os envelopes 1º, 2º, 3º, 4º e 5º de elencados nos itens 13 e 14 do Edital, de maneira lacrada e secreta (1º).

7.2 A classificação dos licitantes se dará nos moldes dos itens 13 e 14 do Edital.

8. CREDENCIAMENTO DE REPRESENTANTES

8.1. Para participar deste certame, o representante da licitante apresentará ao Agente de Contratação e a Subcomissão Técnica documento que o credencia, acompanhado de seu documento de identidade de fé pública, no ato programado para a entrega dos invólucros com as Propostas Técnica e de Preços.

8.1.1 Os documentos mencionados no subitem 8.1 deverão ser fora dos invólucros que contêm as Propostas Técnica e de Preços e comporão os autos do processo licitatório.

8.1.2 Quando a representação for exercida na forma de seus atos de constituição, por sócio ou dirigente, o documento de credenciamento consistirá, respectivamente, em cópia do ato que estabelece a prova de representação da empresa, em que conste o nome do sócio e os poderes para representá-la, ou cópia da ata da assembleia de eleição do dirigente, em ambos os casos autenticada em cartório ou apresentada junto com o documento original para permitir que a Agente de Contratação e a Subcomissão Técnica ateste sua autenticidade.

8.1.3 Caso o preposto da licitante não seja seu representante estatutário ou legal, o credenciamento será feito por intermédio de procuração, mediante instrumento público ou particular. Nesse caso, o preposto também entregará ao Agente de Contratação e a Subcomissão Técnica cópia do ato que estabelece a prova de representação da empresa, em que constem os nomes e respectivas assinaturas dos sócios ou dirigentes com poderes para a constituição de mandatários.

8.2 A ausência do documento hábil de representação não impedirá o representante de participar da licitação, mas ele ficará impedido de praticar qualquer ato durante o procedimento licitatório.

8.3 A documentação apresentada na primeira sessão de recepção e abertura das Propostas Técnica e de Preços credencia o representante a participar das demais sessões. Na hipótese de sua substituição no decorrer do processo licitatório, deverá ser apresentado novo credenciamento.

8.4 Caso a licitante não deseje se fazer representar nas sessões de recepção e abertura, deverá encaminhar as Propostas de Técnica e de Preços por meio de portador. Nesse caso, o portador deverá efetuar a entrega dos invólucros diretamente ao Agente de Contratação e a Subcomissão Técnica, na data, hora e local indicados no subitem 9.2.

8.5 O Ato de credenciamento das licitantes se dará até o horário marcado para início da sessão.

9. RECEBIMENTO DAS PROPOSTAS E DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

9.1 As Propostas Técnicas e de Preços e os Documentos de Habilitação das licitantes deverão ser entregues ao Agente de Contratação e a Subcomissão Técnica em 05 (cinco) invólucros distintos e separados, conforme disposto nos itens 12, 15 e 19 deste Edital.

9.2 Os invólucros com as Propostas Técnica e de Preços serão recebidos como segue:

9.2.1 Dia: 01/07/2025

9.2.2 Hora: às 10:00 (HORÁRIO DE BRASÍLIA)

9.2.3 Local: Sala de Licitação, Av. Duque de Caxias, 526 – Vila Aurora – CEP 78740-100 – Rondonópolis/MT.

9.2.4 Se não houver expediente nessa data, os invólucros serão recebidos no primeiro dia útil subsequente.

9.3 Os invólucros com os Documentos de Habilitação serão recebidos e abertos em dia, local e horário a serem designados pelo Agente de Contratação e a Subcomissão Técnica.

9.4 Os horários mencionados neste Edital referem-se ao horário de Brasília.

9.5 O recebimento e a abertura dos invólucros, bem como os demais procedimentos licitatórios obedecerão ao disposto neste Edital, especialmente no item 25, e na legislação.

10. DA MODALIDADE E CRITÉRIO DE JULGAMENTO DA LICITAÇÃO

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

10.1.2 O critério de julgamento de licitação deverá ser **TÉCNICA E PREÇO**, na proporção de 70% para Técnica e 30% para o preço, de acordo com art. 33, inciso IV, da lei nº 14.133/21, obtido durante a disputa entre os fornecedores participantes do certame licitatório, conforme condição prevista neste instrumento.

11. ESPECIFICAÇÃO DO OBJETO:

ITEM	DESCRIÇÃO	UNID.	QDE.	Código TCE/MT
01	CONTRATAÇÃO DE ATÉ 04 (QUATRO) AGÊNCIAS DE PROPAGANDA PARA PRESTAÇÃO DE SERVIÇO DE PUBLICIDADE PARA A PREFEITURA MUNICIPAL DE RONDONÓPOLIS, ATIVIDADE QUE CONSISTE EM ESTUDO, PLANEJAMENTO, CONCEITUAÇÃO, CONCEPÇÃO, CRIAÇÃO, INTERMEDIAÇÃO, SUPERVISÃO E EXECUÇÃO DE ESTRATÉGIAS E AÇÕES DE PUBLICIDADE E ATIVIDADES COMPLEMENTARES, ASSIM COMO A DISTRIBUIÇÃO DE COMUNICAÇÃO AOS VEÍCULOS E DEMAIS MEIOS DE DIVULGAÇÃO.	UNID.	1	406917-0
				( ) Igual **( ) Similar** **(x) semelhante**

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

12. ENTREGA DA PROPOSTA TÉCNICA

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

Invólucro nº 1

12.2 No **Invólucro nº 1** deverá estar acondicionado o Plano de Comunicação Publicitária – **VIA NÃO IDENTIFICADA.**

12.3 Só será aceito o **Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada** que estiver acondicionado no invólucro padronizado fornecido, obrigatoriamente, pelo órgão/entidade. Esse invólucro só será entregue à licitante que o solicite formalmente e deverá ser retirado pela interessada na Sala de Licitação da Prefeitura Municipal de Rondonópolis, situado na Av. Duque de Caxias, 526 – Vila Aurora – CEP 78740-100 – Rondonópolis/MT, de segunda a sexta-feira, das 08:30 às 11:00 e das 13:30 às 17:00.

12.4 O Invólucro nº 1 deverá estar sem fechamento e sem rubrica, para preservar, até a abertura do Invólucro nº 2, o sigilo quanto à sua autoria. O Invólucro nº 1 NÃO poderá:

a) ter nenhuma identificação;

b) apresentar informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação da licitante;

c) estar danificado ou deformado pelas peças, pelos materiais e demais documentos nele acondicionados, de modo a possibilitar a identificação da licitante.

Invólucro nº 2

12.5 No Invólucro nº 2 deverá estar acondicionado o Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada.

12.6 O Invólucro nº 2 deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

Invólucro nº 2
Proposta Técnica: **Plano de Comunicação Publicitário** – Via Identificada
Nome empresarial e CNPJ da licitante:
Concorrência Presencial nº XXXXX /2025 - Prefeitura Municipal de Rondonópolis

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

Invólucro nº 3

12.8 No Invólucro nº 3 deverão estar acondicionados a Capacidade de Atendimento, o Repertório e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação.

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

Invólucro nº 3
Proposta Técnica: **Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação**
Nome empresarial e CNPJ da licitante:
Concorrência Presencial nº XXXXX /2025 - Prefeitura Municipal de Rondonópolis

12.10 O Invólucro nº 3 deverá ser providenciado pela licitante e poderá ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável quanto às informações de que trata, até sua abertura.

12.11 O Invólucro nº 3 não poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, que possibilite a identificação da autoria deste, antes da abertura do Invólucro nº 2.

13. APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA

13.1 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**	

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

13.3 A proposta técnica será apresentada em três vias impressas distintas, sendo duas delas destinadas ao plano de comunicação, e outra para o conjunto de informações referentes ao licitante;

13.4 O Plano de Comunicação será apresentado em duas vias impressas, uma sem identificação e outra com a identificação de sua autoria, conforme a seguir:

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

a) em caderno único, orientação retrato e com espiral preto colocado à esquerda;

b) capa e contracapa em papel A4, branco, com 90 gr/m2, ambas em branco;

c) conteúdo impresso em papel A4, branco, com 75 gr/m2, orientação retrato;

d) espaçamentos de 3 cm na margem esquerda e 2 cm na direita, a partir das respectivas bordas;

e) títulos, entretítulos, parágrafos e linhas subsequentes sem recuos;

f) espaçamento simples entre as linhas e, opcionalmente, duplo após títulos e entretítulos e entre parágrafos;

g) alinhamento justificado do texto;

h) texto e numeração de páginas em fonte Arial, cor preta, tamanho de 12 pontos;

i) numeração de todas as páginas, no centro inferior, pelo editor de textos, a partir da primeira página interna, em algarismos arábicos;

j) sem identificação da licitante;

13.5.1 Os subquesitos Raciocínio Básico e Estratégia de Comunicação Publicitária poderão ter gráficos, quadros, tabelas e/ou planilhas, observadas as seguintes orientações:

a) poderão ser editados em cores;

b) os dados e informações deverão ser editados na fonte Arial e poderão ter tamanho entre 08 e 12 pontos;

c) as páginas em que estiverem inseridos poderão ser:

c1) apresentadas em papel A3 dobrado. Nesse caso, cada folha de papel A3 será computada como 02 (duas) páginas de papel A4;

c2) impressas na orientação paisagem.

13.5.2 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.

13.5.3 As páginas em que estiverem inseridos os gráficos, tabelas e planilhas desses subquesitos poderão ser impressas na orientação paisagem.

13.5.4 Os exemplos de peças integrantes do subquesito Ideia Criativa deverão ser apresentados separadamente do caderno. Esses exemplos deverão se adequar às dimensões do Invólucro nº 1.

13.5.5 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.

13.5.6 Os textos do Raciocínio Básico, da Estratégia de Comunicação Publicitária e da relação e descrição das peças publicitárias estão limitadas, no conjunto, a 10 (dez) páginas.

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

13.5.8 Para fins desta concorrência, consideram-se como não mídia os meios publicitários (*off-line*) que não implicam a compra de espaço ou tempo em veículos de divulgação, para a transmissão de mensagens a públicos determinados.

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

13.5.10 Essas páginas não serão computadas no limite de página previsto.

13.5.11 A licitante deverá apresentar o Plano de Comunicação Publicitária com base no Briefing (Anexo III do edital), observadas as seguintes orientações:

13.6 Subquesito 1 - Raciocínio Básico - apresentação em que a licitante descreverá:

a) análise das características e especificidades da CONTRATANTE e do seu papel no contexto no qual se insere;

b) diagnóstico relativo às necessidades de comunicação publicitárias identificadas;

c) compreensão do desafio e dos objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing.

13.7 Subquesito 2 - Estratégia de Comunicação Publicitária apresentação e defesa da Estratégia proposta pela licitante para superar o desafio e alcançar os objetivos de comunicação, com base no Briefing, compreendendo:

a) explicitação e defesa do partido temático e do conceito que fundamentam a proposta de solução publicitária;

b) proposição e defesa dos pontos centrais da Estratégia de Comunicação Publicitária, especialmente: o que dizer; a quem dizer; como dizer; quando dizer e que meios, instrumentos ou ferramentas de divulgação utilizar.

13.8 Subquesito 3 - Ideia Criativa - apresentação da proposta de campanha publicitária, contemplando os seguintes conteúdos:

a) relação de todas as peças publicitárias que a licitante julga necessárias para superar o desafio e alcançar os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing, com a descrição de cada uma;

b) exemplos das peças, constantes da relação prevista na alínea anterior, que a licitante julga mais adequadas para corporificar e ilustrar objetivamente sua proposta de campanha publicitária.

13.8.1 A relação e descrição de todas as peças publicitárias que a licitante julga necessárias para superar o desafio e alcançar os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing está circunscrita à especificação de cada peça publicitária, à explicitação de sua finalidade e suas funções táticas na campanha proposta.

13.8.2 Se a campanha proposta pela licitante previr número de peças publicitárias superior ao limite estabelecido, que podem ser apresentadas fisicamente como exemplos, a relação e descrição de peças mencionada anteriormente deverá ser elaborada em dois blocos: um para as peças apresentadas como exemplos e outro para as demais.

13.8.3 Os exemplos de peças publicitárias de que trata a alínea 'b' do subquesito 3, estão limitados a 10 (dez), independentemente do meio de divulgação, do seu tipo ou de sua característica, e poderão ser apresentados sob a forma de:

a) roteiro, layout ou storyboard impressos, para qualquer meio;

b) 'monstro' ou layout eletrônico, para o meio rádio;

c) storyboard animado ou animatic, para os meios TV, cinema e internet;

d) 'boneco' ou layout montado dos materiais de não mídia.

13.8.4 As peças gráficas poderão ser impressas em tamanho real ou reduzido, desde que não haja prejuízo em sua leitura, sem limitação de cores, com ou sem suporte ou passe-partout. Peças que não se ajustem às dimensões do Invólucro nº 1 poderão ser dobradas.

13.8.5 Na elaboração de 'monstro' ou layout eletrônico para o meio rádio poderão ser inseridos todos os elementos de referência, tais como trilha sonora, ruídos de ambientação, voz de personagens e locução.

13.8.6 Na elaboração do storyboard animado ou animatic poderão ser inseridas fotos e imagens estáticas, além de trilha sonora, voz de personagens e locução. Não podendo ser inseridas imagens em movimento.

13.8.7 O 'monstro' ou layout eletrônico e o storyboard animado ou animatic deverão ser apresentados em CD, DVD ou pen drive, executáveis em sistema operacional *Windows,* ***os quais deverão estar acondicionados em envelope branco, sem marca ou identificação, colados em papel branco A4.***

13.8.8 Nessas mídias de apresentação (CD, DVD ou *pen drive*) não poderão constar informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação da licitante, ou de qualquer anunciante, somente a marca do seu fabricante.

13.8.9 Os exemplos não serão avaliados sob os critérios utilizados para peças finalizadas, mas apenas como referências das propostas a serem produzidas, independente da forma escolhida pela licitante para a apresentação.

13.8.10 Para facilitar seu cotejo, cada exemplo deverá trazer indicação do tipo de peça (exemplos: cartaz, filme TV, spot rádio, anúncio revista, banner internet), de acordo com as seguintes orientações:

a) texto em fonte Arial, cor preta, tamanho de 12 pontos;

b) nos casos de "monstro" ou layout eletrônico e de storyboard animado ou animatic, que deverão ser apresentados em um único CD, DVD ou pen drive, a indicação do tipo de peça deve ocorrer nos nomes dos arquivos salvos, uma vez que essa mídia deve ser apresentada na condição original, somente com a marca do fabricante, conforme descrito anteriormente.

13.8.11 Para fins de cômputo das peças que poderão ser apresentadas fisicamente como exemplos, até o limite de 10 (dez peças), devem ser observadas as seguintes regras:

a) as reduções e variações de formato serão consideradas como novas peças;

b) cada peça apresentada como parte de um *kit* será computada no referido limite;

c) uma peça sequencial, para qualquer meio (a exemplo de anúncio para revista e jornal, *banner* de internet e painéis sequenciais de mídia exterior, tais como *outdoor*, envelopamento de veículo, adesivagem de *finger,* entre outros), será considerada 01 (uma) peça, se o conjunto transmitir mensagem única;

d) um *hotsite* e todas as suas páginas serão considerados 01 (uma) peça;

e) um filme e o *hotsite* que o hospeda serão considerados 02 (duas) peças;

f) um *banner* e o *hotsite* por ele direcionado serão considerados 02 (duas) peças.

13.8.12 Na apresentação de proposta de *hotsite,* não podem ser inseridos vídeos ou imagens em movimento.

13.9 Subquesito 4 - Estratégia de Mídia e Não Mídia constituída de apresentação e defesa das soluções de mídia e não mídias recomendadas, em consonância com a Estratégia de Comunicação Publicitária proposta, contemplando:

I. estratégia de mídia: proposição e defesa dos meios e dos recursos próprios de comunicação da CONTRATANTE a serem utilizados para o alcance dos objetivos da campanha, sob a forma de textos, tabelas, gráficos ou planilhas;

II. tática de mídia: detalhamento da estratégia de mídia, por meio da apresentação e defesa dos critérios técnicos considerados na seleção dos veículos de divulgação e na definição dos respectivos investimentos, dos formatos e períodos de veiculação, sob a forma de textos, tabelas, gráficos ou planilhas;

III. plano de mídia: composto por planilhas de programação das inserções sugeridas, contendo os valores por veículos de divulgação, formatos das peças, períodos de veiculação, quantidade de inserções, nomes de programas, faixas horárias, custos relativos (CPM, CPP, CPC etc.) e demais informações que a licitante considerar relevantes;

IV. simulação dos parâmetros de cobertura e frequência previstos no plano de mídia (para os meios em que seja possível a mensuração dessas variáveis), sob a forma de textos, tabelas, gráficos ou planilhas. Todas as peças publicitárias, que integrarem a relação, deverão estar contempladas na Estratégia de Mídia e Não Mídia proposta.

13.9.1 O plano de mídia proposto deverá apresentar um resumo geral com informações sobre, pelo menos:

a) o período de veiculação, exposição ou distribuição das peças publicitárias;

b) as quantidades de inserções das peças em veículos de divulgação;

c) os valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em veículos de divulgação, separadamente por meios;

d) os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção e na execução técnica de cada peça publicitária destinada a veículos de divulgação;

e) as quantidades a serem produzidas de cada peça publicitária de não mídia;

f) os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção de cada peça publicitária de não mídia;

g) os valores (absolutos e percentuais) alocados na distribuição de cada peça publicitária de não mídia.

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

13.9.2 Nessa simulação:

a) os preços das inserções em veículos de comunicação deverão ser os de tabela cheia, vigentes na data de publicação do Aviso de Licitação;

b) deverá ser desconsiderado o repasse de parte do desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do Artigo 11 da Lei nº 4.680/1965;

c)deverão ser desconsiderados os custos internos e os honorários sobre todos os serviços de fornecedores e veículos.

d) para veículos de comunicação e divulgação que não atuem com tabelas de preços públicas, mas que possam ser considerados como formas inovadoras de comunicação (tais como mídia programática, trading desks e redes sociais) a licitante deverá informar o montante de investimento proposto a ser utilizado com essas ferramentas no âmbito de sua estratégia, assim como para o alcance dos objetivos previamente estabelecidos, definindo em sua proposta quais métricas serão utilizadas para atingi-los (ex: cpm, true views, taxa de impressão, geração de leads, custo por alcance, cpc, cpe, custo por visualização de vídeo, custo por curtida, entre outros). Para fins desta licitação, a publicidade em plataformas digitais, a exemplo da programação de publicidade nas redes sociais Facebook, Instagram, Twitter, Linkedin e Youtube, está inserida no conceito de forma inovadora de comunicação.

13.9.3 Caso o Edital venha a ser republicado, com a retomada da contagem do prazo legal, os preços de tabela a que se refere a alínea 'a' do subitem 13.9.2 deverão ser os vigentes na data de publicação do último Aviso de Licitação.

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

I - ter a identificação da licitante;

II - ser datado;

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

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

13.11.1 O caderno específico mencionado no subitem 13.11 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.

13.11.2 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 à época da licitação, com a especificação do início de atendimento de cada um deles;

b) quantificação e qualificação, sob a forma de currículo resumido (no mínimo, nome, formação acadêmica e experiência), dos profissionais que poderão ser colocados à disposição da execução do contrato, discriminando-se as respectivas áreas de atuação;

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

d) sistemática operacional de atendimento na execução do contrato;

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

13.12 Quesito 3 - Repertório: a licitante deverá apresentar os documentos, as informações e as peças que constituem o quesito em caderno específico, orientação retrato, com ou sem uso de cores, em formato A4, ou A3 dobrado, numerado sequencialmente a partir da primeira página interna, rubricado em todas as páginas e assinado na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

13.12.1 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.

13.12.2 O Repertório será constituído de peças publicitárias concebidas e veiculadas, expostas ou distribuídas pela licitante.

13.12.3 A licitante deverá apresentar 10 (Dez) peças publicitárias, independentemente do seu tipo ou característica e da forma de sua veiculação, exposição ou distribuição.

13.12.4 As peças publicitárias devem ter sido veiculadas, expostas ou distribuídas a partir de 01/01/2017.

13.12.5 As peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD, CD ou *pen drive*, executáveis no sistema operacional *Windows*, podendo integrar o caderno específico ou ser apresentadas soltas.

13.12.6 As peças gráficas poderão integrar o caderno específico ou ser apresentadas soltas. Em todos os casos, deverá ser preservada a capacidade de leitura das peças e indicadas suas dimensões originais.

13.12.7 Se apresentadas soltas, as peças poderão ter qualquer formato, dobradas ou não.

13.12.8 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.

13.12.9 As peças publicitárias não podem referir-se a trabalhos solicitados ou aprovados pela CONTRATANTE, no âmbito de seus contratos com agência de propaganda.

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

13.13.1 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.

13.13.2 A licitante deverá apresentar 02 (dois) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, cada um com o máximo de 02(duas) páginas, em que serão descritas soluções publicitárias propostas pela licitante e implementadas por seus clientes, na superação de desafios de comunicação. Cada Relato:
I - deverá ser elaborado pela licitante, em papel que a identifique;

II - deverá contemplar nome, cargo ou função e assinatura de funcionário da licitante responsável por sua elaboração;

III - não pode referir-se a ações publicitárias solicitadas ou aprovadas pela CONTRATANTE, no âmbito de seus contratos com agência de propaganda;

IV - deverá estar formalmente validado pelo respectivo cliente de forma a atestar sua autenticidade.

13.13.3 A validação deverá ser feita em documento apartado dos relatos, o qual não entrará no cômputo do número de páginaS. No documento de validação constará, além do ateste dos relatos, o número do contrato, nome ou título da campanha, o nome empresarial do cliente, o nome do signatário, seu cargo/função e sua assinatura.

13.13.4 Os Relatos devem ter sido implementados a partir de 01/01/2017.

13.13.5 É permitida a inclusão de até 03 (três) peças publicitárias, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça, em cada Relato, observando-se as seguintes regras:

I - as peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD, CD ou *pen drive*, executáveis no sistema operacional *Windows*, podendo integrar o caderno específico ou ser apresentadas soltas;

II - as peças gráficas poderão integrar o caderno específico, em papel A4 ou A3 dobrado, ou ser apresentadas soltas, em qualquer formado, dobradas ou não. Em todos os casos, deverá ser preservada a capacidade de leitura das peças e indicadas suas dimensões originais;

III - para cada peça publicitária, deverá ser apresentada ficha técnica com a indicação sucinta do problema que se propôs a resolver.

13.13.6 A ficha técnica de cada peça deverá compor o limite de páginas estabelecido para a descrição do relato.

14. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

14.1 O critério de julgamento para a classificação das licitantes será o de "Técnica e Preço", nos termos do Artigo 5°, 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.

14.2 A Subcomissão Técnica, designada posteriormente por meio de Portaria, analisará as Propostas Técnicas das licitantes quanto ao atendimento das condições estabelecidas no presente Edital, bem como no Termo de Referência.

14.3 Serão levados em conta pela Subcomissão Técnica, como critério de julgamento técnico, os seguintes atributos da Proposta Técnica, em cada quesito ou subquesito, atribuindo-lhe pontuação individualizada para cada subquesito:

14.3.1 Quesito 1 - Plano de Comunicação Publicitária

14.3.1.2 Subquesito 1 - Raciocínio Básico

a) a acuidade demonstrada na análise das características e especificidades da CONTRATANTE e do contexto de sua atuação;

b) a pertinência dos aspectos relevantes e significativos apresentados, relativos às necessidades de comunicação publicitária identificadas;

c) a assertividade demonstrada na análise do desafio de comunicação a ser superado pela CONTRATANTE e no entendimento dos objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing;

14.3.1.3 Subquesito 2 - Estratégia de Comunicação Publicitária

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

b) a consistência da argumentação em defesa do partido temático e do conceito;

c) as possibilidades de interpretações positivas do conceito para a comunicação publicitária da CONTRATANTE com seus públicos;

d) a consistência técnica dos pontos centrais da Estratégia de Comunicação Publicitária proposta;

e) a capacidade da licitante de articular os conhecimentos sobre o CONTRATANTE, o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing;

f) a exequibilidade da Estratégia de Comunicação Publicitária, considerada a verba referencial.

14.3.1.4 Subquesito 3 - Ideia Criativa

a) o alinhamento da campanha com a Estratégia de Comunicação Publicitária;

b) a pertinência da solução criativa com a natureza do CONTRATANTE, com o desafio e com os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing;

c) a adequação das peças publicitárias ao perfil dos segmentos de público-alvo;

d) a compatibilidade das peças publicitárias com os meios e veículos de divulgação a que se destinam;

e) a originalidade da solução criativa e a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;

f) a clareza e precisão das mensagens e a adequação da linguagem com os públicos-alvo;

g) a exequibilidade das peças e de todos os elementos propostos com base na verba referencial para investimento.

14.3.1.5 Subquesito 4 - Estratégia de Mídia e Não Mídia

a) a adequação da Estratégia de Mídia e Não Mídia com as características da ação publicitária, com a verba referencial, o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing;

b) a adequação da Estratégia de Mídia e Não Mídia com as características da ação publicitária, com a verba referencial para investimento, o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing;

c) a consistência técnica demonstrada na proposição e defesa da estratégia, da tática e do plano de mídia;

d) a consistência do conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de públicos-alvo da campanha publicitária;

e) a adequação da proposta no uso dos recursos próprios de comunicação da CONTRATANTE e seu alinhamento com a Estratégia de Mídia e Não Mídia;

f) o grau de eficiência e a economicidade na utilização da verba referencial para investimento, demonstrados na simulação dos parâmetros de cobertura e frequência.

14.4 Quesito 2 - Capacidade de Atendimento

a) o porte e a tradição dos clientes, como anunciantes publicitários, e o período de atendimento a cada um;

b) a experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias e a adequação das quantificações e qualificações desses profissionais às necessidades de comunicação publicitária da CONTRATANTE;

c) a adequação da infraestrutura e das instalações que estarão à disposição da CONTRATANTE na execução do contrato;

d) a funcionalidade do relacionamento operacional entre a CONTRATANTE e a licitante;

e) a relevância e utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que a licitante colocará regularmente à disposição da CONTRATANTE.

14.5 Quesito 3 - Repertório

a) a originalidade da solução criativa e sua adequação à natureza do cliente, ao público-alvo e ao desafio de comunicação;

b) a clareza e precisão das mensagens e a adequação da linguagem às características dos meios e públicos-alvo;

c) a qualidade da produção, da execução e do acabamento das peças.

14.6 Quesito 4 - Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

a) a evidência de planejamento estratégico por parte da licitante na proposição da solução publicitária;

b) a demonstração de que a solução publicitária contribuiu para o alcance dos objetivos de comunicação do cliente;

c) a complexidade do desafio de comunicação apresentado no Relato e a relevância dos resultados obtidos;
d) o encadeamento lógico da exposição do Relato pela licitante.

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

14.7.1 Para estabelecimento da pontuação de cada quesito e subquesito, a Subcomissão Técnica realizará um exame comparativo entre as propostas apresentadas pelas licitantes e a gradação das pontuações atribuídas refletirá o maior ou menor grau de adequação de cada proposta, aos critérios de julgamento técnico estabelecidos no Termo de Referência.

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

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

A soma dos itens 1.1, 1.2, 1.3 e 1.4 totalizam a pontuação do item 1 (Plano de Comunicação Publicitária.

14.7.1.2.3 Se a licitante não observar as quantidades estabelecidas para apresentação do Repertório e dos Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, sua pontuação máxima, nesses quesitos, será proporcional às quantidades por

ela apresentadas, sendo a proporcionalidade obtida mediante a aplicação de regra de três simples, em relação às respectivas pontuações máximas previstas.

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

14.7.1.2.5 A Subcomissão Técnica reavaliará a pontuação atribuída a um quesito ou subquesito sempre que a diferença entre a maior e a menor pontuação for superior a 20% (vinte por cento) da pontuação máxima do quesito ou do subquesito, com o fim de restabelecer o equilíbrio das pontuações atribuídas, em conformidade com os critérios objetivos previstos neste Edital.

14.7.1.2.6 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.

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

a) apresentar qualquer informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação da autoria do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, antes da abertura do Invólucro nº 2;

b) não alcançar, no total, 80 (oitenta) pontos;

c) obtiver pontuação zero em qualquer um dos quesitos ou subquesitos.

14.7.1.2.8 Poderá ser desclassificada a Proposta Técnica que não atender às demais exigências do presente Edital, a depender da gravidade da ocorrência.

14.7.1.2.9 A pontuação final da Proposta 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.

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

15. ENTREGA DA PROPOSTA DE PREÇOS

Invólucro nº 4

15.1 No Invólucro nº 4 deverá estar acondicionado a Proposta de Preços das licitantes.

15.1.1 O Invólucro nº 4 deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

Invólucro nº 4
Proposta de Preços
Nome empresarial e CNPJ da licitante
Concorrência nº XXXXX /2025 – Prefeitura Municipal de Rondonópolis

15.1.2 O Invólucro nº 4 deverá ser providenciado pela licitante e poderá ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável quanto às informações de que trata, até sua abertura.

16. APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇOS

16.1 A Proposta de Preços da licitante deverá ser elaborada de acordo com o Modelo de Proposta de Preços e apresentada em caderno único, em papel que a identifique, com suas páginas numeradas sequencialmente, sem emendas ou rasuras, datada, assinada na última página e rubricada nas demais, por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

16.2 O prazo de validade da Proposta de Preços deverá ser de, no mínimo, 120 (cento e vinte) dias corridos, contados de sua apresentação. Caso a licitante fixe um prazo de validade inferior ao exigido ou, ainda, esteja com o prazo de validade de sua proposta expirado na sessão de abertura dos invólucros com as Propostas de Preços, a Comissão

Permanente de Licitação realizará com ela diligência nos termos do § 2º, do art. 59, da Lei Federal nº 14.133/2021, como forma de prorrogar validade da proposta vencida.

16.3 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.

17. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS DE PREÇOS

17.1 O critério de julgamento para a classificação das licitantes será o de "**Técnica e Preço**", nos termos do Artigo 5°, 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.**

17.2 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.

17.3 O desconto sobre a tabela de custos internos, desenvolvida pelo Sindicato das Agências de Publicidade do Estado de Mato Grosso (SINAPRO- MT), é item de pontuação, conforme consta a seguir:

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

17.4 O honorário sobre o preço faturado pelos fornecedores de produção também é item de pontuação:

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

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

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

18. JULGAMENTO FINAL DAS PROPOSTAS TÉCNICAS E DE PREÇOS

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

NFG = (NPT x 7) +(NPP x 3)

7+3

NFG – Nota Final Geral

NPT – Nota da Proposta Técnica

7 – peso 70 estabelecido à nota da Proposta

NPP – Nota da Proposta de Preços

3 – peso 30 estabelecido à nota da Proposta de Preços

18.1.1 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.

18.2 Após a utilização do critério de desempate descrito acima, persistindo o empate, a decisão será feita com base nos critérios previstos no art. 60 da Lei nº 14.133, de 2021.18.2.1 Não se considerará qualquer outra oferta e vantagem não prevista no Edital, nem percentual de desconto ou vantagem, baseados em ofertas de outras licitantes.

18.3. Se ainda assim, persistindo o empate, a decisão será feita através de sorteio.

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

18.5. Serão vencedoras desta concorrência as 04 (quatro) licitantes que mantiverem as condições de participação estabelecidas anteriormente e que:

a) tenham obtido a maior Nota Final Geral (NFG); e

b) tenham sido habilitadas.

19. ENTREGA DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

19.1 Os Documentos de Habilitação deverão ser entregues ao Agente de Contratação e a Sub Comissão Técnica, 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.

19.1.1 A licitante classificada que não apresentar os Documentos de Habilitação na referida sessão será alijada do certame, exceto diante da ocorrência de nenhuma licitante ser habilitada, o que requer a convocação novamente de todas as classificadas.

Invólucro nº5

19.1.2 Os Documentos de Habilitação deverão ser entregues acondicionados no Invólucro nº 5, que deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

Invólucro nº 5
Documentos de Habilitação
Nome empresarial e CNPJ da licitante

19.1.3 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.

20. APRESENTAÇÃO DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

20.1 Os Documentos de Habilitação deverão ter todas as suas páginas rubricadas por representante legal da licitante e ser apresentados:

I - em via original; ou

II - sob a forma de certificado emitido por sistema oficial de registro cadastral unificado;

III - em cópia autenticada por cartório competente, quando a lei assim o exigir ou por certidões expedidas por sistemas mantidos pela Administração Pública; ou

IV - em cópia não autenticada, desde que seja exibida a via original, para conferência pela Comissão Permanente de Licitação, no ato de entrega dos Documentos de Habilitação.

20.1.1 Os Documentos de Habilitação deverão ser acondicionados em caderno específico, com suas páginas numeradas sequencialmente, na ordem em que figuram neste Edital.
20.1.2 Só serão aceitas cópias legíveis, que ofereçam condições de análise por parte da Agente de Contratação e a Subcomissão Técnica.

20.2 Para se habilitar, a licitante deverá apresentar a documentação, na forma prevista dos subitens a seguir:

20.2.1 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.

20.2.2 Regularidade Fiscal, Social e Trabalhista

a) Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica (CNPJ);

b) a inscrição no cadastro de contribuintes estadual e/ou municipal, se houver, relativo ao domicílio ou sede do licitante, pertinente ao seu ramo de atividade e compatível com o objeto contratual;

c) a regularidade perante a Fazenda federal, estadual e/ou municipal do domicílio ou sede do licitante, ou outra equivalente, na forma do art. 68 da Lei nº 14.133/2021;

d) Certidões Negativas de Débitos ou de não contribuinte expedidas por órgãos das Secretarias de Fazenda do Estado e do Município em que estiver localizada a sede da licitante;

e) a regularidade relativa à Seguridade Social e ao FGTS, que demonstre cumprimento dos encargos sociais instituídos por lei;

f) a regularidade perante a Justiça do Trabalho;

g) Declaração, na forma regulamentada pelo Decreto nº 4.358/2002, de que cumpre o disposto no inciso XXXIII do art. 7º da Constituição Federal conforme modelo do Anexo VI do edital :

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

20.2.2.2 Serão aceitas certidões positivas com efeito de negativa.

20.2.2.3 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.

20.2.3 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, representados, pelas atividades descritas no subitem 2.1 deste Edital;

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 poderá ter sua validade verificada pelo Agente de Contratação e a Subcomissão Técnica.

c) Declaração, sob as penas da lei, de inexistência de fato superveniente ou impeditivo de sua habilitação;

d) Declaração, sob as penas da lei, de que manterá em Rondonópolis, durante a vigência contratual, instalações, aparelhamento e pessoal técnico adequado e disponível para a realização do objeto da licitação o qual será vistoriado por equipe designada pela GABINETE DE COMUNICAÇÃO SOCIAL para se constatar que no local existe toda estrutura necessária para atendimento dos serviços aqui licitados;

e) Declaração expressa da licitante, de que se sujeitará, integralmente, a todas as condições e termos do presente Edital e de que assume inteira responsabilidade pela autenticidade dos documentos apresentados;

20.2.4 Qualificação Econômico-financeira

a) Certidão Negativa de falência e de recuperação judicial ou extrajudicial expedida pelo distribuidor da sede fiscal da licitante, dentro do prazo de validade;

a1) caso não conste prazo de validade, será aceita a certidão emitida em até 90 (noventa) dias corridos, antes da data de apresentação dos Documentos de Habilitação;

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

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

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

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

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

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

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

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

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

a) termo de autenticação com a identificação do autenticador;

b) balanço patrimonial e demonstrações contábeis;

c) termo de abertura e encerramento;

d) requerimento de autenticação de Livro Digital;

e) recibo de entrega de Escrituração Contábil Digital.

20.2.4.1 As sociedades constituídas no exercício em curso ou com menos de dois anos de existência deverão apresentar balanço de abertura 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.

20.2.4.2 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):

a) Índice de Liquidez Geral (LG), com valor igual ou superior a 1, 00, onde:

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

b) Índice de Solvência Geral (SG), com valor igual ou superior a 1, 00, onde:

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

c) Índice de Liquidez Corrente (LC), com valor igual ou superior a 1, 00, onde:

Ativo Circulante

LC= ----------

Passivo Circulante

d) Índice de solvência (S), com valor igual ou superior a 1,00, onde:

Ativo Total

S = ----------

Passivo Exigível Total

20.2.4.3 Os índices de que tratam as alíneas 'a' e 'b' do subitem 20.2.4.2 **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.

20.2.4.4 A licitante que apresentar resultado igual ou menor que 01 (um), no cálculo de quaisquer dos índices referidos, ou menor que 01 (um), no cálculo do índice referido na alínea 'b', para ser considerada habilitada no quesito Qualificação Econômico-financeira, deverá incluir, no Invólucro nº 5, comprovante de que possui, no mínimo, patrimônio líquido no valor correspondente a 1% do valor a ser contratado.

20.2.4.5 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.

20.3 DECLARAÇÕES

a) declaração, na forma regulamentada pelo Decreto nº 4.358/2002, de que cumpre o disposto no inciso XXXIII do art. 7º da Constituição Federal;

b) que inexiste de impedimentos para a participação, na forma dos casos previstos em edital;

c) elaboração independente de Proposta.

20.3.1 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. ANÁLISE DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

21.1 A Agente de Contratação e a equipe de apoio analisarão os Documentos de Habilitação das licitantes classificadas no julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços, desde que cumpridas as condições de participação estabelecidas no item 4, e julgará habilitadas as que atenderem integralmente aos requisitos de habilitação exigidos no item 20 deste Edital.

21.1.1 Se nenhuma licitante restar habilitada, a Agente de Contratação e a equipe de apoio 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.

22. AGENTE DE CONTRATAÇÃO E SUBCOMISSÃO TÉCNICA

22.1 Esta concorrência será processada e julgada por Agente de Contratação e a Subcomissão Técnica, com exceção da análise e julgamento das Propostas Técnicas.

22.2 As propostas técnicas serão analisadas e julgadas por subcomissão técnica, constituída por, pelo menos, 3 (três) membros que sejam formados em comunicação, publicidade ou marketing ou que atuem em uma dessas áreas, sendo que, pelo menos, 1/3 (um terço) deles não poderão manter nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com o órgão ou a entidade responsável pela licitação.

22.3 A escolha dos membros da subcomissão técnica dar-se-á por sorteio, em sessão pública, entre os nomes de uma relação que terá, no mínimo, o triplo do número de integrantes da subcomissão, previamente cadastrados, e será composta por, pelo menos, 1/3 (um terço) de profissionais que não mantenham nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com o órgão ou entidade responsável pela licitação.

22.4 Nas contratações de valor estimado em até 10 (dez) vezes o limite previsto na Lei 14.133/2021, a relação prevista no § 2º deste artigo terá, no mínimo, o dobro do número de integrantes da subcomissão técnica e será composta por, pelo menos, 1/3 (um terço) de profissionais que não mantenham nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com o órgão ou entidade responsável pela licitação.

22.5 A relação dos nomes referidos nos §§ 2º e 3º deste artigo será publicada na imprensa oficial, em prazo não inferior a 10 (dez) dias da data em que será realizada a sessão pública marcada para o sorteio.

22.6 Para os fins do cumprimento do disposto nesta Lei, até 48 (quarenta e oito) horas antes da sessão pública destinada ao sorteio, qualquer interessado poderá impugnar pessoa integrante da relação a que se referem os §§ 2º, 3º e 4º deste artigo, mediante fundamentos jurídicos plausíveis.

22.7 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.

22.8 A abstenção do impugnado ou o acolhimento da impugnação, mediante decisão fundamentada da autoridade competente, implicará, se necessário, a elaboração e a publicação de nova lista, sem o nome impugnado, respeitado o disposto neste artigo.

22.9 A sessão pública será realizada após a decisão motivada da impugnação, em data previamente designada, garantidos o cumprimento do prazo mínimo previsto no § 4º deste artigo e a possibilidade de fiscalização do sorteio por qualquer interessado.

22.10 O sorteio será processado de modo a garantir o preenchimento das vagas da subcomissão técnica, de acordo com a proporcionalidade do número de membros que mantenham ou não vínculo com o órgão ou entidade responsável pela licitação, nos termos dos §§ 1º, 2º e 3º deste artigo.

22.11 Nas licitações previstas nesta Lei, quando processadas sob a modalidade de convite, a subcomissão técnica, excepcionalmente, nas pequenas unidades administrativas e sempre que for comprovadamente impossível o cumprimento do disposto neste artigo, será substituída pela comissão permanente de licitação ou, inexistindo esta, por servidor formalmente designado pela autoridade competente, que deverá possuir conhecimentos na área de comunicação, publicidade ou marketing.

23. DIVULGAÇÃO DOS ATOS LICITATÓRIOS

23.1 A juízo da Agente de Contratação e a Subcomissão Técnica, todas as decisões referentes a esta concorrência poderão ser divulgadas conforme a seguir, ressalvadas aquelas cuja publicação no sítio eletrônico do Portal Nacional de Contratações Públicas – PNCP, no site da Prefeitura Municipal de Rondonópolis, Diário Oficial da União, Diário de Contas (TCE), Diário Município de Rondonópolis e jornal de circulação estadual e regional "ESTADO" é obrigatória:

a) nas sessões de recebimento e abertura de invólucros;

b) por qualquer outro meio que permita a comprovação inequívoca do recebimento da comunicação pelas licitantes.

24. RECURSOS ADMINISTRATIVOS

24.1 Eventuais recursos referentes a presente concorrência deverão ser interpostos no prazo máximo de 03 (três) dias úteis a contar da intimação do ato ou da lavratura da ata, em petição escrita dirigida à autoridade competente do CONTRATANTE, por intermédio da Agente de Contratação e a Subcomissão Técnica, protocolizada no setor/endereço do anunciante, de segunda a sexta-feira, no horário de 08h às 17h.

24.2 Interposto o recurso, o fato será comunicado às demais licitantes, que poderão impugná-lo no prazo máximo de 03 (três) dias úteis.

24.3 Recebida(s) a(s) impugnação(ões), ou esgotado o prazo para tanto, a Agente de Contratação e a Subcomissão Técnica poderá reconsiderar a sua decisão, no prazo de 3 (três) dias úteis, ou, no mesmo prazo, submeter o recurso, devidamente instruído, e respectiva(s) impugnação(ões) à autoridade competente da CONTRATANTE, que decidirá em 10 (dez) dias úteis contados de seu recebimento;

24.3.1. Caso o recurso seja interposto em face do julgamento das propostas técnicas, a Agente de Contratação, após o recebimento das impugnações, encaminhará o recurso à Subcomissão Técnica para análise e manifestação quanto ao recurso.

24.3.1.1 Concluída a análise e manifestação quanto ao previsto no item 24.3.1 a Subcomissão Técnica devolverá o recurso com sua manifestação ao Agente de Contratação que procederá conforme item 24.3.

24.4 Não será conhecido o recurso interposto fora do prazo legal ou subscrito por representante não habilitado legalmente ou não identificado no processo como representante da licitante.

24.5 Será franqueada aos interessados, desde a data do início do prazo para interposição de recursos até o seu término, vista ao processo desta concorrência, em local e horário a ser indicado pelo Agente de Contratação e a Subcomissão Técnica.

24.6 Os recursos das decisões referentes à habilitação ou inabilitação de licitante e ao julgamento das Propostas Técnica e de Preços terão efeito suspensivo, podendo a Agente de Contratação e a Subcomissão Técnica, motivadamente e se houver interesse para a CONTRATANTE, atribuir efeito suspensivo aos recursos interpostos contra outras decisões.

25. PROCEDIMENTOS LICITATÓRIOS

25.1 Serão realizadas sessões públicas, observados os procedimentos previstos neste Edital e na legislação, das quais serão lavradas atas circunstanciadas dos atos e fatos dignos de registro, sendo estes gravados em áudio e vídeo, assinadas pelos membros da Agente de Contratação e a Subcomissão Técnica e pelos representantes das licitantes presentes.

25.1.1 A participação de representante de qualquer licitante dar se-á mediante a prévia entrega de documento hábil, conforme estabelecido no subitem 8.1 deste Edital.

25.1.2 Os representantes das licitantes presentes poderão nomear comissão constituída de alguns entre eles para, em seu nome, tomar conhecimento e rubricar as Propostas e
Documentos de Habilitação nas sessões públicas.

25.1.3 Os integrantes da Subcomissão Técnica não poderão participar da sessão de recebimento dos invólucros com as Propostas Técnicas e de Preços.

25.1.4 O julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços e a análise dos Documentos de Habilitação das licitantes classificadas nesse julgamento serão efetuados exclusivamente com base nos critérios especificados no presente Edital.

25.1.5 Antes do aviso oficial do resultado desta concorrência, não serão fornecidas, a quem quer que seja, quaisquer informações referentes à análise, avaliação ou comparação entre as Propostas Técnica e de Preços ou à adjudicação do objeto da licitação à vencedora, cabendo a assinatura do Termo de Responsabilidade tanto pelo Agente de Contratação e a Subcomissão Técnica quanto pela Subcomissão Técnica.

25.1.6 Qualquer tentativa de licitante influenciar a Agente de Contratação e a Subcomissão Técnica ou a Subcomissão Técnica no processo de julgamento das Propostas Técnica e de Preços resultará na sua desclassificação.

25.1.7 Por ocasião da apreciação das Propostas Técnica e de Preços e dos Documentos de Habilitação às vistas das licitantes, não será permitida a retirada de documentos do recinto da sessão pública, nem sua reprodução direta, sob qualquer forma, inclusive por meio de fotos.

25.1.8 A Agente de Contratação e a Subcomissão Técnica poderá alterar as datas ou as pautas das sessões, antecipá-las ou mesmo suspendê-las, em função do desenvolvimento dos trabalhos, obedecidas às normas legais aplicáveis.

Primeira Sessão

25.2 A primeira sessão pública será realizada no dia, hora e local previstos no subitem 9.2 e terá a seguinte pauta inicial:

a) identificar os representantes das licitantes, por meio do documento exigido no subitem 8.1 deste Edital;

b) verificar o cumprimento das condições de participação, nos termos do item 4 deste Edital e registrar em ata eventuais casos de descumprimento;

c) receber os Invólucros nº 1, nº 2, nº 3 e nº 4 das licitantes em condições de participação;

d) conferir se esses invólucros estão em conformidade com as regras estabelecidas neste Edital.

25.2.1 O Invólucro nº 1, com o Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada, só será recebido pelo Agente de Contratação e a Subcomissão Técnica se:

a) não estiver identificado;

b) não apresentar informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação da licitante, antes da abertura do Invólucro nº 2;

c) não estiver danificado ou deformado pelas peças, materiais ou demais documentos nele acondicionados, de modo a possibilitar a identificação da licitante, antes da abertura do Invólucro nº 2.

25.2.2 Ante a ocorrência de qualquer das hipóteses previstas nas alíneas 'a', 'b' e 'c' do subitem 25.2.1, a Agente de Contratação e a Subcomissão Técnica não receberá o Invólucro nº 1, o que também a impedirá de receber os demais invólucros da mesma licitante.

25.2.3 A primeira sessão prosseguirá com a seguinte pauta básica:

a) rubricar, no fecho, sem abri-los, os Invólucros nº 2 e nº 4, que permanecerão fechados sob a guarda e responsabilidade da Agente de Contratação e a Subcomissão Técnica, e separá-los dos Invólucros nº 1 e nº 3;

b) retirar e rubricar o conteúdo do Invólucro nº 1;

c) abrir os Invólucros nº 3 e rubricar seu conteúdo;

d) colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame e rubrica, os documentos constantes dos Invólucros nº 1 e nº 3;

e) informar que as licitantes serão convocadas para a próxima sessão na forma do item 23 deste Edital.

25.2.4 A Agente de Contratação e a Subcomissão Técnica, antes do procedimento previsto na alínea 'b' do subitem 25.2.3, adotará medidas para evitar que seus membros ou os representantes das licitantes possam, ainda que acidentalmente, identificar a autoria de algum Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada.

25.2.5 Antes de serem abertos para rubrica dos conteúdos pelos presentes na primeira sessão, os invólucros nº 1, com o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, devem ser misturados, de modo que não possam ser vinculados aos respectivos autores, considerada a ordem sequencial de sua entrega ao Agente de Contratação e a Subcomissão Técnica.

25.2.6 Se, ao examinar ou rubricar os conteúdos dos Invólucros nº 1 e nº 3, a Agente de Contratação e a Subcomissão Técnica ou os representantes das licitantes constatarem ocorrência(s) que possibilite(m), inequivocamente, a identificação da autoria do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, a Agente de Contratação e a Subcomissão Técnica desclassificará a licitante e ficará de posse de todos os seus invólucros até que expire o prazo para recursos relativos a essa fase.

25.2.7 A Agente de Contratação e a Subcomissão Técnica não lançará nenhum código, sinal ou marca nos Invólucros nº 1, nem nos respectivos conteúdos que compõem o Plano de Comunicação Publicitária Via Não Identificada das licitantes, à exceção das rubricas mencionadas na alínea 'b' do subitem 25.2.3 acima.

25.2.8 Abertos os Invólucros nº 1 e nº 3, as licitantes não poderão desistir de suas Propostas, a não ser por motivo justo, decorrente de fato superveniente, e aceito pelo Agente de Contratação e a Subcomissão Técnica.

25.2.9 Se as licitantes estiverem expressamente de acordo com as decisões tomadas pelo Agente de Contratação e a Subcomissão Técnica na primeira sessão, os procedimentos de licitação terão continuidade. Caso contrário a comissão divulgará o resultado na forma do item 23, abrindo-se o prazo de 03 (três) dias úteis para a interposição de recursos.

25.2.10 Se houver manifestação expressa de qualquer licitante de recorrer das decisões da Agente de Contratação e a Subcomissão Técnica, pertinentes à primeira sessão, esta divulgará o resultado na forma do item 23, abrindo-se o prazo para a interposição de recursos, conforme disposto no item 24 deste Edital.

25.2.11 Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, serão adotados, nesta precisa ordem, os seguintes procedimentos:

a) encaminhamento, pelo Agente de Contratação e a Subcomissão Técnica à Subcomissão Técnica, dos Invólucros nº 1 (Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada), acompanhados dos questionamentos das licitantes relativos à Proposta Técnica, se for o caso, e das respectivas respostas, sem identificação de autoria;

b) análise individualizada e julgamento, pela Subcomissão Técnica, dos conteúdos dos Invólucros nº 1 (Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada) das licitantes, de acordo com os critérios especificados neste Edital;

c) elaboração, pela Subcomissão Técnica, de ata de julgamento dos Invólucros nº 1 (Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada) e de planilha com as pontuações e justificativas das razões que as fundamentaram, e encaminhamento desses documentos ao Agente de Contratação e a Subcomissão Técnica, na devolução dos Invólucros nº 1;

d) somente após o recebimento dos documentos e dos Invólucros nº 1, mencionados na alínea anterior, ocorrerá o encaminhamento, pelo Agente de Contratação à Subcomissão Técnica, dos Invólucros nº 3 (Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação) das licitantes;

e) análise individualizada e julgamento, pela Subcomissão Técnica, dos conteúdos dos Invólucros nº 3 (Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação) das licitantes, de acordo com os critérios especificados neste Edital;

f) elaboração, pela Subcomissão Técnica, de ata de julgamento dos Invólucros nº 3 (Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação) e de planilha com as pontuações e justificativas das razões que as fundamentaram, e encaminhamento desses documentos ao Agente de Contratação, na devolução dos Invólucros nº 3.

25.2.12 Se alguma Proposta Técnica for desclassificada com base nas alíneas 'b' e 'c' do subitem 14.7.1.2.7, a pontuação atribuída pela Subcomissão Técnica a cada quesito ou subquesito dessa Proposta será lançada em planilhas que ficarão acondicionadas em envelope fechado e rubricado no fecho pelos membros da referida Subcomissão, até que expire o prazo para recursos relativos a essa fase.

25.2.13 O disposto no subitem precedente não se aplica ao caso da alínea 'a' do subitem 14.7.1.2.7, em que o descumprimento das regras definidas, para a preservação da autoria do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, resulte na identificação da licitante, antes da abertura do Invólucro nº 2.

25.2.14 As planilhas previstas nas alíneas 'c' e 'f' do subitem 25.2.11 conterão respectivamente a pontuação de cada membro da Subcomissão Técnica para cada subquesito do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e as pontuações, de cada membro, para os quesitos Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, de cada licitante.

Segunda Sessão

25.3 Após receber as atas de julgamento das Propostas Técnicas constantes dos Invólucros nº 1 e nº 3, respectivas planilhas de julgamento e demais documentos elaborados pela Subcomissão Técnica, a Agente de Contratação e a Subcomissão Técnica convocará as licitantes, na forma do item 23, para participar da segunda sessão pública, com a seguinte pauta básica:

a) identificar os representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;

b) abrir os Invólucros nº 2;

c) cotejar os documentos constantes dos Invólucros nº 2 (Plano de Comunicação Publicitária - Via Identificada) das licitantes, com os conteúdos dos Invólucros nº 1 (Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada), para identificação de autoria;

d) elaborar planilha geral com as pontuações atribuídas a cada quesito de cada Proposta Técnica;

e) proclamar o resultado do julgamento das Propostas Técnicas;

f) executar o sorteio previsto no subitem 18.3, se for o caso;

g) informar que o resultado do julgamento das Propostas Técnicas será publicado na forma do item 23, com a indicação das licitantes classificadas e das desclassificadas, em ordem decrescente de pontuação, abrindo-se prazo para interposição de recurso, conforme disposto no item 24 deste Edital.

25.3.1 Além das demais atribuições, previstas neste Edital, caberá à Subcomissão Técnica manifestar-se em caso de eventuais recursos de licitantes, relativos ao julgamento das Propostas Técnicas, a partir de solicitação da Agente de Contratação e a Subcomissão Técnica.

Terceira Sessão

25.4 Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, a Agente de Contratação e a Subcomissão Técnica convocará as licitantes classificadas no julgamento técnico, na forma do item 23, para participar da terceira sessão pública, com a seguinte pauta básica:

a) identificar os representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;

b) abrir os Invólucros nº 4, com as Propostas de Preços, cujos documentos serão rubricados pelos membros da Agente de Contratação e a Subcomissão Técnica e pelos representantes das licitantes presentes ou por comissão por eles indicada;

c) colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame, os documentos integrantes dos Invólucros nº 4;

d) analisar o cumprimento, pelas licitantes, das exigências deste Edital para a elaboração das Propostas de Preços e julgá-las de acordo com os critérios nele especificados;

e) identificar a Proposta de menor preço e dar conhecimento do resultado aos representantes das licitantes presentes;

f) verificar se as 03 (três) Agências mais bem classificadas no julgamento da Proposta Técnica apresentaram a Proposta de menor preço, e, caso estas não tenham apresentado a Proposta de menor preço efetuar com estas a negociação prevista no Art. 61, § 1º, da Lei nº 14.133/2021, nos termos da Proposta de menor preço;

g) adotar procedimento idêntico, na falta de êxito na negociação mencionada na alínea precedente, sucessivamente com as demais licitantes, obedecida à ordem de classificação das Propostas Técnicas, com o objetivo de obter condições mais vantajosas quanto ao preço; e

h) informar que o resultado do julgamento das Propostas de Preços será publicado na forma do item 23 abrindo-se prazo para interposição de recurso, conforme disposto no item 24 deste Edital.

Quarta Sessão

25.5 Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, a Agente de Contratação e a Subcomissão Técnica convocará as licitantes classificadas no julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços, na forma do item 23, para participar da quarta sessão pública, com a seguinte pauta básica:

a) identificar os representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;

b) verificar a manutenção das condições de participação pelas licitantes, nos termos do item 4 deste Edital, e registrar em ata eventuais casos de descumprimento;

c) receber e abrir os Invólucros nº 5 das licitantes em condições de participação, cujos documentos serão rubricados pelos membros da Agente de Contratação e a Subcomissão Técnica e pelos representantes das licitantes presentes ou por comissão por eles indicada;

d) analisar a conformidade dos Documentos de Habilitação comas condições estabelecidas neste Edital e na legislação em vigor;

e) colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame, os documentos integrantes dos Invólucros nº 5;

f) dar conhecimento do resultado da habilitação e declarar as quatro vencedoras do certame, e informar que será publicado na forma do item 23, com a indicação das licitantes habilitadas e inabilitadas, abrindo-se prazo de 03 (três) dias úteis para interposição de recurso, conforme disposto na alínea 'c' do inciso I do art. 165 da Lei nº 14.133/2021;

g) informar que será publicado, na forma do item 23, o nome das licitantes vencedoras desta concorrência, caso não tenha sido interposto recurso na fase de habilitação, ou tenha havido a sua desistência ou, ainda, tenham sido julgados os recursos interpostos.

26. HOMOLOGAÇÃO E ADJUDICAÇÃO

26.1 Não tendo sido interposto recurso na fase de habilitação, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, será homologado o resultado desta concorrência e, assim, aprovada a adjudicação do seu objeto às licitantes vencedoras.

26.1.1 Serão vencedoras desta concorrência as 04 (quatro) licitantes que:

a) tenham sido mais bem classificadas no julgamento das Propostas Técnicas; e
b) tenham sido habilitadas, observadas as disposições do item 21, deste Edital.

27. CONDIÇÕES PRÉ-CONTRATUAIS

27.1 O contrato deverá ser assinado pelas licitantes vencedoras do certame, no prazo de 05 (cinco) dias úteis, contados a partir da convocação do Gabinete de Comunicação Social da Prefeitura Municipal de Rondonópolis, sob pena de decair o direito a contratação, sem prejuízo das penalidades previstas no Art. 90 da Lei nº 14.133/21 e alterações subsequentes.

27.1.1 O prazo para assinatura do contrato poderá ser prorrogado, a juízo da CONTRATANTE, consideradas as justificativas que lhe forem apresentadas pelas licitantes vencedoras.

27.1.1.2 Se a licitante vencedora não comparecer nos prazos estipulados para assinar o contrato, a CONTRATANTE poderá convocar as licitantes remanescentes, obedecida à ordem de classificação das Propostas Técnicas, para assinar o contrato em igual prazo e nas mesmas condições estabelecidas para a licitante que deixou de assinar o contrato, ou revogar esta concorrência, independentemente da cominação prevista no§ 5º, Art. 90, da Lei 14.133/2021.

27.2 Os contratos para a execução dos serviços objeto deste Edital terá duração de 12 (doze) meses, contados a partir do dia da sua assinatura, podendo ser prorrogado, com fulcro no art. 105,106 e 107, da Lei 14.133/2021, por ser os serviços de publicidade considerados de natureza continuada.

27.3 A CONTRATANTE poderá rescindir, a qualquer tempo, os contratos que vierem a ser assinados, independentemente de interpelação judicial ou extrajudicial, conforme disposto na Cláusula Décima Quinta da Minuta de Contrato (Anexo IX).

27.4 A contratada manterá, pelo período de no mínimo, 05 (cinco) anos, após a extinção do contrato, acervo comprobatório da totalidade dos serviços prestados, compreendendo as peças e os materiais produzidos, acompanhados das respectivas informações relativas aos prazos de cessão dos direitos autorais vinculados, se for o caso.

27.5 As contratadas se obrigam a manter, durante toda a execução dos contratos, as condições de qualificação e habilitação exigidas nesta concorrência, incluída a certificação de qualificação técnica de funcionamento de que tratam o § 1º do art. 4º da Lei nº 12.232/2010.

27.6 As contratadas centralizarão o comando da publicidade da CONTRATANTE no município de Rondonópolis, onde, para esse fim, manterão sede, filial, sucursal ou escritório.

27.7 Integrarão os contratos a serem firmados, independentemente de transcrição, as condições estabelecidas neste Edital, os elementos apresentados pelas licitantes

28. GARANTIA DA CONTRATAÇÃO

28.1 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.

29. OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA E DO CONTRATANTE

29.1 DA CONTRATADA

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

29.1.2 Os serviços a serem realizados devem ser submetidos à aprovação do Gabinete de Comunicação Social responsável pela determinação de sua produção e veiculação.

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

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

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

29.1.6 Manter sigilo quanto às informações que necessitem.

29.1.7 Ter os trabalhos executados pelos profissionais indicados na comprovação da capacidade de atendimento da Proposta Técnica, que será apresentada no certame licitatório, admitida a substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior, mediante a aprovação prévia do Gabinete de Comunicação Social da Prefeitura Municipal de Rondonópolis.

29.1.8 Ter um representante na cidade de Rondonópolis para atender as demandas do Gabinete de Comunicação Social.

29.1.9 Executar todos os serviços relacionados com o objeto deste Termo de Referência, de acordo com os prazos e demais especificações estipuladas pelo Gabinete de Comunicação Social da Prefeitura Municipal de Rondonópolis.

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

29.1.11 A Contratada somente poderá contratar e executar qualquer serviço ou aquisição de bens com fornecedores de serviços especializados e veículos de divulgação desde que estes contenham todas as certidões de regularidade fiscal exigida conforme lei n° 14.133/21 e demais normativas vigentes.

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

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

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

29.1.15 Elaborar, sempre que solicitado pelo contratante, estudo de práticas e investimentos em mídia que vêm sendo empregados.

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

29.1.17 Promover o cadastro de todos os fornecedores junto ao sistema próprio da Prefeitura Municipal de Rondonópolis.

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

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

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

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

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

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

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

29.1.25 O não cumprimento dos prazos estabelecidos provocam à contratada, sanções e penalidades, de acordo com o previsto neste Edital, bem como no Termo de Referência.

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

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

29.1.28 Criar e manter sempre atualizado um banco de imagens, em nuvem ou em outro servidor de fácil e pronto acesso à equipe do Gabinete de Comunicação Social, assumindo as despesas relacionadas, com as fotos, ilustrações, cenas e demais imagens produzidas durante a execução do contrato, assim como as informações referentes a direitos autorais e prazos de validade desses direitos.

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

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

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

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

29.1.33 Comunicar imediatamente ao Gabinete de Comunicação Social toda e qualquer alteração, rejeição, cancelamento ou interrupção de um ou mais serviços contratados, além de adotar instantaneamente providências para solucionar a pendência.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

29.1.43 Permitir que a auditoria interna da Prefeitura Municipal de Rondonópolis ou auditoria externa por ela indicada tenham acesso a todos os documentos relacionados à execução do contrato.

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

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

29.1.46 Responsabilizar-se por qualquer ação judicial que tenha por fundamento a legislação trabalhista ou de proteção dos direitos autorais ou à propriedade intelectual, devendo adotar providências no sentido de preservar o contratante e de mantê-lo excluído da lide, assim como de reivindicações, demandas, queixas ou representações referentes a tais assuntos. Arcar com o ônus relacionado à produção e criação de peças e campanhas que, por meio de legislação ou de entidades como o CONAR (Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária), sejam impedidas de veicular ou, uma vez veiculando, sejam retiradas do ar.

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

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

29.1.49 Como obrigação da contratada, que sempre que o fornecimento de bens ou serviços tiver valor superior a 0,5% do valor global do contrato, a contratada deverá proceder à coleta de orçamentos de fornecedores em envelopes fechados, que serão abertos em sessão pública, convocada e realizada sob fiscalização do contratante.

29.1.50 O processo de seleção interna para a escolha da contratada que executará a ação publicitaria seguirá a metodologia prevista, que poderá vir a ser substituído a critério da administração pública a qualquer tempo, seguindo-se todos os critérios técnicos e legais.

29.1.51 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.

29.1.52 Aceitar, nas mesmas condições contratuais, acréscimos ou supressões que se fizerem necessárias, em até 25% (vinte e cinco por cento) do valor atualizado, facultada a supressão além desse limite, mediante acordo entre as partes.

29.1.53 Conceder livre acesso aos seus documentos e registros contábeis, referentes ao objeto da licitação, para os servidores ou empregados do órgão ou entidade contratante e dos órgãos de controle interno e externo.

29.1.54 A CONTRATADA tem a obrigação de as exigências de reserva de cargos prevista em lei, bem como em outras normas específicas, para pessoa com deficiência, para reabilitado da Previdência Social e para aprendiz; (Lei 14.133/2021 art. 92 – inciso XVII).

29.2 DO CONTRATANTE

29.2.1 Cumprir todos os compromissos financeiros assumidos com a parte contratada.

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

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

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

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

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

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

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

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

29.2.10 O Gabinete de Comunicação Social será o responsável pela aprovação dos serviços solicitados antes da execução final, determinando assim a produção e veiculação.

29.2.11 Instituir processo de seleção interna entre as contratadas, cuja metodologia será disposta no Anexo II deste edital.

a) O processo de seleção interna para a escolha da contratada que executará a ação publicitaria seguirá a metodologia prevista anexa ao Termo, que poderá vir a ser substituída a critério da administração pública a qualquer tempo, seguindo-se todos os critérios técnicos e legais.

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

29.2.13 O contratante fiscalizará o cumprimento contratual e verificará o cumprimento das especificações técnicas, podendo rejeitá-los, no todo ou em parte, quando não corresponderem ao desejado ou especificado.

29.2.14 Manter divulgadas em sítio próprio aberto na rede mundial de computadores as informações sobre a execução do contrato, com os nomes dos fornecedores de serviços especializados e veículos de comunicação, garantindo o acesso livre às informações de quaisquer interessados. Nomear Gestores e Fiscais para executar a fiscalização do contrato e registrar em relatório todas as ocorrências, deficiências, irregularidades ou falhas que porventura serão observadas na execução dos serviços, objetivando a imediata correção.

30. CONDIÇÕES E PRAZO DE PAGAMENTO

30.1 Os pagamentos serão realizados depois da conclusão dos serviços, por campanha, após a devida prestação de contas pela agência e atestado de conformidade realizado pelo Gabinete de Comunicação Social, responsável pela fiscalização dos serviços, devidamente acompanhado de Regularidade Fiscal e Trabalhista.

30.1.1 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.

30.1.2 A contratada fará jus ao desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, em conformidade com o Artigo 11 da Lei nº 4.680/1965 e do Decreto nº 57.690/1966. O desconto será concedido à contratada pela concepção, execução e/ou distribuição de publicidade, por ordem e conta do contratante, nos termos do Artigo 19 da Lei nº 12.232/2010. A contratada repassará ao contratante o valor correspondente a 3% (três porcento) da mídia efetivamente contratada, correspondente ao repasse parcial dos honorários de veiculação, pagos pelos veículos de comunicação às agências de propaganda, em conformidade com o Anexo B das Normas Padrão da Atividade Publicitária (CENP).

30.1.3 Pertencem ao contratante as vantagens obtidas em negociação de compra de mídia diretamente ou por intermédio de agência de propaganda, incluídos os eventuais descontos e as bonificações na forma de tempo, espaço ou reaplicações que tenham sido concedidos pelo veículo de divulgação.

30.1.4 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.

30.1.5 O faturamento dos serviços de produção externa e veiculação deverá ser feito pelos prestadores de serviços em nome da Prefeitura Municipal de Rondonópolis, aos cuidados da contratada, por meio da qual os pagamentos serão efetuados.

30.1.6 A contratada cede ao contratante os direitos autorais patrimoniais de uso das ideias (incluídos estudos, análises e planos), peças, campanhas e demais materiais de publicidade, de sua propriedade exclusiva, de seus empregados ou prepostos, concebidos, criados ou produzidos em decorrência do contrato firmado. Os direitos são cedidos de forma total e definitiva para uso no Brasil ou em qualquer país do mundo.

30.1.7 As despesas com deslocamento de profissionais da contratada, de seus representantes ou de fornecedores por ela contratados serão de responsabilidade da contratada.

30.1.8 Quando houver ressarcimento de despesas com deslocamento de profissionais da contratada, de seus representantes ou de fornecedores por ela contratados, deverão ser apresentados comprovantes de passagens, diárias, locação de veículos, entre outros, a fim de aferir a execução da despesa e assegurar seu pagamento pelo líquido, sem incidência de honorários.

30.1.9 Para liquidação e pagamento das despesas referentes aos serviços previamente autorizados pelo contratante, as contratadas deverão apresentar:

a) a correspondente Nota Fiscal, sem rasura e em letra legível, em nome da Prefeitura Municipal de Rondonópolis, CNPJ nº 03.347.101/0001-21, contendo o número do contrato, além das seguintes informações da contratada: nome, CNPJ e dados bancários;

b)quando referente a pagamento de fornecedores e veículos, a Nota Fiscal também deverá conter o número do documento que autorizou a veiculação ou produção do serviço e o nome empresarial do fornecedor com seu respectivo CNPJ;

c) ainda no que tange o pagamento de fornecedores e veículos, a contratada deverá apresentar os documentos comprobatórios de execução/entrega dos serviços, os documentos comprobatórios da demonstração do valor devido ao veículo, da sua tabela de preços, dos descontos negociados, dos correspondentes pedidos de inserção e da efetiva veiculação, sendo este último providenciado sem ônus ao contratante.

30.1.10 Os documentos de cobrança e comprovação da execução e entrega dos serviços para a liquidação e pagamento de despesas deverão ser encaminhados para o Gabinete de Comunicação Social, caso se constate algum erro ou

irregularidade na documentação, poderão ser devolvidos para as devidas correções ou aceitos com a glosa da parte considerada indevida.

30.1.11 O contratante não pagará nenhum acréscimo pelo adiamento do pagamento em razão de pendência no cumprimento de quaisquer cláusulas constantes no contrato. Antes da efetivação do pagamento, será verificada a comprovação de regularidade da contratada, dos fornecedores e veículos de divulgação referente a:

a) Certificado de Regularidade de Situação do Fundo de Garantia do Tempo de Serviço – FGTS;

b) Certidão Negativa de Débitos relativos aos Tributos Federais e Dívida Ativa da União;

c) Certidões negativas de tributos estaduais e municipais, emitidas pelos respectivos órgãos;

d) Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas – CNDT.

30.1.12 A contratada apresentará os documentos comprobatórios de manutenção de suas condições de habilitação, sempre que próximos aos seus respectivos vencimentos.

30.1.13 O contratante não acata cobrança por meio de duplicatas ou qualquer outro título em bancos ou outras instituições do gênero.

30.1.14 O contratante não é obrigado a pagar nenhum compromisso assumido pela contratada que lhe venha ser cobrado diretamente por terceiros.

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

30.1.16 O contratante, na condição de fonte retentora, fará o desconto e o recolhimento dos tributos e contribuições a que seja obrigado pela legislação vigente ou superveniente, referente aos pagamentos que efetuar.

31. MODELO DE GESTÃO DO CONTRATO

31.1 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.

31.1.1 Em caso de impedimento, ordem de paralisação ou suspensão do contrato, o cronograma de execução será prorrogado automaticamente pelo tempo correspondente, anotadas tais circunstâncias mediante termo aditivo.

31.1.2 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.

31.1.3 O órgão ou entidade poderá convocar representante da empresa para adoção de providências que devam ser cumpridas de imediato.

31.1.4 Após a assinatura do contrato ou instrumento equivalente, a Prefeitura Municipal de Rondonópolis 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.

31.1.5 Outros detalhes acerca da gestão e fiscalização do contrato firmado entre a Prefeitura Municipal de Rondonópolis e as agências de publicidade poderão constar no instrumento contratual.

32. FISCALIZAÇÃO DO CONTRATO

32.1 Todos os serviços objeto desta licitação serão fiscalizados por servidores da Prefeitura Municipal de Rondonópolis/MT, devidamente designados para este fim, com autoridade para exercer em nome da Prefeitura toda e qualquer ação de orientação geral, controle e fiscalização. 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).

32.1.1 Compete à Secretaria designar por meio de portaria o fiscal do contrato.

32.1.2 Verificar a conformidade da execução dos serviços com as normas especificadas em caderno de especificações técnicas, adequação dos procedimentos e materiais empregados à qualidade desejada para os serviços.

32.1.3 Ordenar à licitante corrigir, refazer ou reconstruir as partes dos serviços executados com erros, imperfeições ou em desacordo com as especificações.

32.1.4 Na fiscalização serão ainda observadas as demais condições relacionadas ao Estudo Técnico Preliminar - ETP, Termo de Referência e Minuta de Contrato.

33. DO GESTOR DO CONTRATO

33.1 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.

33.1.1 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.

33.1.2 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.

33.1.3 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.

33.1.4 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.

33.1.5 O gestor do contrato deverá elaborar relatório final com informações sobre a consecução dos objetivos que tenham justificado a contratação e eventuais condutas a serem adotadas para o aprimoramento das atividades da Administração.

33.1.6 O gestor do contrato deverá enviar a documentação pertinente ao setor de contratos para a formalização dos procedimentos de liquidação e pagamento, no valor dimensionado pela fiscalização e gestão nos termos do contrato.

34. DO CONTROLE E REAJUSTE DE PREÇO

34.1 REAJUSTE DO CONTRATO

34.1.1 Durante a vigência do Contrato, os preços inicialmente contratados são fixos e irreajustáveis pelo prazo de um ano contado da data do orçamento estimado.

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

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

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

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

34.1.6 O contrato deverá ser assinado pelas licitantes do certame no prazo de até 05 (cinco) dias úteis, contados a partir da data de convocação do Gabinete de Comunicação Social da Prefeitura Municipal de Rondonópolis, 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.

35. DAS SANÇÕES E PENALIDADES

35.1. Comete infração administrativa, nos termos da Lei nº 14.133/2021 (art. 155) e do Decreto Municipal nº 11.685/2023 o contratado que:

35.1.1. Dar causa à inexecução parcial do contrato que cause grave dano à Administração, ao funcionamento dos serviços públicos ou ao interesse coletivo.

35.1.2. Dar causa à inexecução total do contrato.

35.1.3. Não celebrar o contrato ou não entregar a documentação exigida para a contratação, quando convocado dentro do prazo de validade de sua proposta.

35.1.4. Ensejar o retardamento da execução ou da entrega do objeto da licitação sem motivo justificado.

35.1.5. Apresentar declaração ou documentação falsa exigida para o certame ou prestar declaração falsa durante a licitação ou a execução do contrato.

35.1.6. Fraudar a licitação ou praticar ato fraudulento na execução do contrato.

35.1.7. Comportar-se de modo inidôneo ou cometer fraude de qualquer natureza.

35.1.8. Praticar atos ilícitos com vistas a frustrar os objetivos da licitação.

35.1.9. Praticar ato lesivo previsto no art. 5º, da Lei nº 12.846/2013.

35.2. Serão aplicadas ao contratado que incorrer nas infrações acima descritas as seguintes sanções:

35.2.1. **Advertência**, quando o contratado der causa à inexecução parcial do contrato que não implique em prejuízo ou dano à administração, bem como na hipótese de descumprimento de pequena relevância praticado pelo contratado e que não justifique imposição de penalidade mais grave;

35.2.2. **Multa:**

35.2.2.1. Moratória: em razão do atraso injustificado: na proporção de 5 % (cinco por cento) do valor da parcela inadimplida por dia de atraso injustificado até o limite de 30 (trinta) dias corridos.

35.2.2.1.1. O atraso superior a 30 (trinta) dias autoriza a Administração a promover a extinção do contrato por descumprimento ou cumprimento irregular de suas cláusulas, conforme dispõe o inciso I do art. 137 da Lei n. 14.133, de 2021.

35.2.2.2. Compensatória: será aplicada multa de 0,5% até 30% sobre o valor do contrato, devendo a autoridade competente observar, na dosimetria da pena, as seguintes recomendações:

35.2.2.2.1. Em casos de inexecução parcial do contrato, que cause grave dano à Administração, ao funcionamento dos serviços públicos ou ao interesse coletivo (ítem 35.1.1), bem como quantos aos itens: 35.1.3 e 35.1.4, a multa será de 0,5% a 15% do valor do contrato licitado.

35.2.2.2.2. Em casos de inexecução total do contrato (ítem 35.1.2), bem como quanto aos itens: 35.1.5; 35.1.6; 35.1.7; 35.1.8 e 35.1.9) nas hipóteses de atos fraudulentos com o objetivo de obter vantagens indevidas, a multa será fixada entre 15% a 30% do valor do contrato licitado.

35.2.2.2.3. No caso de inexecução total, a multa será aplicada independentemente da existência ou não do prejuízo ao contratante, implicando ainda na possibilidade de rescisão do contrato.

35.2.2.3. Antes da aplicação da multa será facultada a defesa do interessado no prazo de 15 (quinze) dias úteis, contado da data de sua intimação.

35.2.2.4. Se a multa aplicada e as indenizações cabíveis forem superiores ao valor do pagamento eventualmente devido pelo contratante ao contratado, além da perda desse valor, a diferença será descontada da garantia prestada ou será cobrada judicialmente.

35.2.2.5. Caso o contratado não tenha nenhum valor a receber do contratante, ou os valores do pagamento e da garantia contratual forem insuficientes, o contratante concederá o prazo de 05 (cinco) dias úteis, contados do recebimento de sua intimação, para que a multa seja paga.

35.2.2.6. Esgotados os meios administrativos para a cobrança dos valores devidos, o contratante providenciará o encaminhamento do processo à Procuradoria-Geral do Município para que seja realizada a cobrança judicial.

35.2.2.7. Caso o contratante tenha de recorrer ou comparecer a juízo para haver o que lhe for devido, o contratado ficará sujeita ao pagamento, além do principal do débito, da pena convencional de 10% (dez por cento) sobre o valor do litígio, dos juros de mora de 1% (um por cento) ao mês, despesas de processo e honorários de advogado, estes fixados, desde logo, em 20% (vinte por cento) sobre o valor em litígio.

35.2.2.8. A aplicação de multa de mora não impedirá que a Administração a converta em compensatória e promova a extinção unilateral do contrato com a aplicação cumulada de outras sanções previstas na Lei 14.133/2021.

35.2.3. Impedimento de licitar e contratar, caso não se justifique imposição de penalidade mais grave.

35.2.3.1. Essa penalidade poderá ser aplicada nas seguintes hipóteses:

35.2.3.1.1. Der causa à inexecução parcial do contrato que cause grave dano à Administração, ao funcionamento dos serviços públicos ou ao interesse coletivo;

35.2.3.1.2. Der causa à inexecução total do contrato;

35.2.3.1.3. Deixar de entregar a documentação exigida para o certame;

35.2.3.1.4. Não manter a proposta, salvo em decorrência de fato superveniente devidamente justificado;

35.2.3.1.5. Não celebrar o contrato ou não entregar a documentação exigida para a contratação, quando convocado dentro do prazo de validade de sua proposta;

35.2.3.1.6. Ensejar o retardamento da execução ou da entrega do objeto da licitação sem motivo justificado.

35.2.4. As condutas aqui enumeradas também podem justificar a aplicação da declaração de inidoneidade quando as circunstâncias do caso concreto justificarem a imposição de penalidade mais grave.

35.2.4.1. Declaração de inidoneidade para licitar e contratar.

35.2.4.2. A declaração de inidoneidade para licitar e contratar pode ser aplicada por qualquer ente da federação impedirá o responsável de licitar e contratar com a Administração Pública direta e indireta do município de Rondonópolis-MT pelo prazo mínimo de 3 (três) anos e máximo de 6 (seis) anos.

35.2.4.2.1. Essa penalidade poderá ser aplicada nas seguintes hipóteses:

35.2.4.2.1. Apresentar declaração ou documentação falsa exigida para o certame ou prestar declaração falsa durante a licitação ou a execução do contrato;

35.2.4.2.3. Fraudar a licitação ou praticar ato fraudulento na execução do contrato;

35.2.4.2.4. Comportar-se de modo inidôneo ou cometer fraude de qualquer natureza;

35.2.4.2.5. Praticar atos ilícitos com vistas a frustrar os objetivos da licitação;

35.2.4.2.6. Praticar ato lesivo previsto no art. 5º da Lei nº 12.846/2013.

35.3. Todas as sanções previstas neste Contrato poderão ser aplicadas cumulativamente com a multa (art. 156, §7º, da Lei nº 14.133, de 2021).

35.4. A aplicação das sanções previstas neste Contrato não exclui, em hipótese alguma, a obrigação de reparação integral do dano causado ao contratante (art. 156, §9º, da Lei nº 14.133, de 2021).

35.5. A aplicação de qualquer das penalidades previstas realizar-se-á em processo administrativo que assegurará o contraditório e a ampla defesa, observando-se o procedimento previsto na Lei nº 14.133/2021 e no Decreto Municipal nº 11.685/2023.

35.6. A autoridade competente, na aplicação das sanções, levará em consideração:

35.6.1. a natureza e a gravidade da infração cometida;

35.6.2. as peculiaridades do caso concreto;

35.6.3. as circunstâncias agravantes ou atenuantes;

35.6.4. os danos que dela provierem para o contratante;

35.6.5. a implantação ou o aperfeiçoamento de programa de integridade, conforme normas e orientações dos órgãos de controle.

35.7. Os atos previstos como infrações administrativas na Lei nº 14.133, de 2021, ou em outras leis de licitações e contratos da Administração Pública que também sejam tipificados como atos lesivos na Lei nº 12.846, de 2013, serão apurados e julgados conjuntamente, nos mesmos autos, observados o rito procedimental e autoridade competente definidos na referida Lei e nos demais regulamentos complementares.

35.8. A personalidade jurídica do Contratado poderá ser desconsiderada sempre que utilizada com abuso do direito para facilitar, encobrir ou dissimular a prática dos atos ilícitos previstos neste Contrato ou para provocar confusão patrimonial, e, nesse caso, todos os efeitos das sanções aplicadas à pessoa jurídica serão estendidos aos seus administradores e sócios com poderes de administração, à pessoa jurídica sucessora ou à empresa do mesmo ramo com relação de coligação ou controle, de fato ou de direito, com o Contratado, observados, em todos os casos, o contraditório, a ampla defesa e a obrigatoriedade de análise jurídica prévia.

35.9. As sanções de impedimento de licitar e contratar e declaração de inidoneidade para licitar ou contratar são passíveis de reabilitação na forma do art. 163 da Lei nº 14.133/2021.

35.10 A falha na execução contratual restará configurada quando:

35.11. 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

35.12. 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 Rondonópolis, 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 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 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 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 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 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

35.13. 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.

36. ESTIMATIVAS DO VALOR DA CONTRATAÇÃO

36.1 O custo estimado total da contratação é de R$10.000.000,00 (dez milhões de reais).

36.1.1 A adoção deste valor tem por base a previsão de gastos com publicidade projetada para o período e que representa a necessidade da verba para a realização do objeto do edital e do contrato administrativo.

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

37. PÚBLICO ALVO

37.1 A população da cidade de Rondonópolis e seus distritos, sociedade civil - homens e mulheres, além de formadores de opinião.

38. ADEQUAÇÃO ORÇAMENTÁRIA

38.1 As despesas decorrentes da presente contratação correrão à conta de recursos específicos consignados no orçamento da Prefeitura Municipal de Rondonópolis.

A contratação será atendida pela seguinte dotação:

PREVISÃO: 2025

ÓRGÃO: 02 – PREFEITURA MUNICIPAL DE RONDONÓPOLIS

UNIDADE: 025 – GABINETE DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

FUNÇÃO PROGRAMÁTICA: 04.131.2303.2350 – MANUTENÇÃO DAS ATIVIDADES DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

ELEMENTO DE DESPESA: 3.3.90.39.00.00 – OUTROS SERVIÇOS DE TERCEIROS – PJ

FONTE: 1.500.0000000

REDUZIDO: 999

VALOR ESTIMADO: R$ 10.000.000,00 (DEZ MILHÕES DE REAIS)

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

39. OBSERVAÇÕES FINAIS

39.1 É facultada ao Agente de Contratação e a Subcomissão Técnica, 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.

39.1.1 A Agente de Contratação e a Subcomissão Técnica, 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.

39.1.2 A Agente de Contratação e a Subcomissão Técnica 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.

39.1.3 Até a assinatura dos contratos, as licitantes vencedoras poderão ser desclassificadas ou inabilitadas se a CONTRATANTE tiver conhecimento de fato desabonador às suas classificações técnicas ou às suas habilitações, conhecido após o julgamento de cada fase.

39.1.4 Se ocorrer desclassificação ou inabilitação de licitante vencedora, por fatos referidos no subitem precedente, a CONTRATANTE poderá convocar as licitantes remanescentes, obedecida a ordem de classificação das Propostas Técnicas ou revogar esta concorrência.

39.1.5 Se, durante a execução dos contratos, o instrumento firmado com uma ou mais contratadas não for prorrogado, ou for rescindido, nos casos previstos na legislação e no contrato, a CONTRATANTE poderá convocar as licitantes remanescentes, obedecida a ordem de classificação das Propostas Técnicas, para dar continuidade à execução do objeto do contrato, desde que concordem e se disponham a cumprir todas as condições e exigências a que estiverem sujeitas as signatárias dos contratos. 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.

39.1.6 Se houver indícios de conluio entre as licitantes ou de qualquer outro ato de má-fé, a CONTRATANTE comunicará os fatos verificados ao Ministério Público Estadual, para as providências devidas.

39.1.7 É proibido a qualquer licitante tentar impedir o curso normal do processo licitatório mediante a utilização de recursos ou de meios meramente protelatórios, sujeitando-se a autora às sanções legais e administrativas aplicáveis, conforme dispõe o art. 337-I do Código Penal, incluído através da Lei nº 14.133/2021.

37.1.8 Antes do aviso oficial do resultado desta concorrência, não serão fornecidas, a quem quer que seja, quaisquer informações referentes à adjudicação dos contratos ou à análise, avaliação ou comparação entre as Propostas.

39.1.9 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.

39.1.10 A nulidade do procedimento licitatório induz à dos contratos, sem prejuízo do disposto no parágrafo único do art. 148 da Lei nº 14.133/2021.

39.1.11 A CONTRATANTE poderá cancelar de pleno direito qualquer Nota de Empenho que vier a ser emitida em decorrência desta licitação, bem como rescindir o respectivo contrato, independentemente de interpelação judicial ou extrajudicial, desde que motivado o ato e assegurados às contratadas o contraditório e a ampla defesa, caso a adjudicação seja anulada, em virtude de qualquer dispositivo legal que a autorize.

39.1.12 Antes da data marcada para o recebimento dos invólucros com as Propostas Técnica e de Preços, a Agente de Contratação e a Subcomissão Técnica poderá, por motivo de interesse público, por sua iniciativa, em consequência de solicitações de esclarecimentos ou de impugnações, alterar este Edital, ressalvado que será reaberto o prazo inicialmente estabelecido para apresentação das Propostas, exceto quando, inquestionavelmente, a alteração não afetar a formulação das Propostas.

39.1.13 Correrão por conta do CONTRATANTE as despesas que incidirem sobre a formalização dos contratos, incluídas as decorrentes de sua publicação, que deverá ser efetivada em extrato, no sítio eletrônico do Portal Nacional de Contratações Públicas – PNCP, no site da Prefeitura Municipal de Rondonópolis, Diário Oficial da União, Diário de Contas (TCE), Diário Município de Rondonópolis e jornal de circulação estadual e regional "ESTADO", na forma prevista no parágrafo único do art. 89, § 1º da Lei nº 14.133/2021.

39.1.14 As questões suscitadas pelo Edital que não puderem ser dirimidas administrativamente serão processadas e julgadas no Juízo da Justiça.

39.1.15 Integram este Edital os seguintes Anexos:

a) Anexo I: Termo de Referência;

b) Anexo II: Metodologia para seleção interna das agências;

c) Anexo III: Briefing

d) Anexo IV: Termo de Responsabilidade;

e) Anexo V: Subcomissão (Orientações)

f) Anexo VI: Declaração que não emprega menor

g) Anexo VII: Declaração de inexistência de fatos impeditivos

h) Anexo VIII: Declaração de inexistência de vínculo com o poder público;

i) Anexo IX: Minuta do contrato

ANEXO I
TERMO DE REFERÊNCIA

FUNDAMENTAÇÃO MÍNIMA PARA AQUISIÇÃO DO SERVIÇO

1. IDENTIFICAÇÃO DA DEMANDA

1.1. Documento de Solicitação: encaminhada pela Secretaria Municipal de Governo, em 18 de janeiro de 2024.

2. OBJETO

2.1. Contratação de até 04 (quatro) agências de propaganda, para a prestação de serviço de publicidade para a Prefeitura Municipal de Rondonópolis, sem segregação em lotes, itens ou contas publicitárias, cujas atividades têm por objetivo: estudo, planejamento, conceituação, concepção, criação, intermediação, supervisão, execução de estratégias, e ações de publicidade e atividades complementares, com a finalidade de dar publicidade e divulgar as políticas públicas, divulgar as ações de governo do Poder Executivo Municipal, para informar o público em geral, assim como a distribuição da comunicação aos veículos e demais meios de divulgação, conforme art 37,
§1º da Constituição Federal.

2.2. Os serviços de publicidade contratados terão por objeto somente as atividades previstas no Artigo 2º, da Lei nº 12.232/2010, sendo vedada a inclusão de quaisquer outras atividades, em especial as de assessoria de imprensa, comunicação e relações públicas, de patrocínio ou as que tenham por finalidade a realização de eventos festivos de qualquer natureza, bem como as de pesquisas de opinião que contém em seu bojo assuntos eleitorais e/ou políticos.

2.3. Compreende-se como ação publicitária, o conjunto de peças e materiais publicitários concebidos e desenvolvidos pela agência de propaganda, mediante demanda do anunciante, com o intuito de atender ao princípio da publicidade e ao direito à informação, de difundir ideias e princípios, posicionar instituições e programas, disseminar iniciativas e políticas públicas, ou informar e orientar o público em geral.

2.4. Compreende-se como estratégia publicitária, a elaboração e execução do plano de ações publicitárias.

2.5. Compreende-se como agência de propaganda, a empresa especializada na arte e na técnica publicitária, que, por

meio de técnicos e especialistas, estuda, planeja, conceitua, concebe, cria, executa internamente, intermedeia e supervisiona a execução externa e distribui publicidade.

2.6. Compreende-se como atividades complementares, os serviços especializados pertinentes:

a) À produção, à execução técnica e à veiculação das peças e projetos criados, como, por exemplo, a contratação de empresa especializada para envio de material aos veículos/exibidoras (via link, SD ou outra mídia) oumesmo para conversão de formato e/ou extensão para veiculação em mídia específica (como no caso para exibição em cinemas), entre outros;

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

3. DA MODALIDADE E CRITÉRIO DE JULGAMENTO DA LICITAÇÃO

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

3.2. O critério de julgamento de licitação deverá ser TÉCNICA E PREÇO, na proporção de 70% para Técnica e 30% para o preço, de acordo com art. 33, inciso IV, da lei nº 14.133/21, obtido durante a disputa entre os fornecedores participantes do certame licitatório, conforme condição prevista neste instrumento.

4. ESPECIFICAÇÃO DO OBJETO:

01	CONTRATAÇÃO DE ATÉ 04 (QUATRO) AGÊNCIAS DE PROPAGANDA PARA PRESTAÇÃO DE SERVIÇO DE PUBLICIDADE PARA A PREFEITURA MUNICIPAL DE RONDONÓPOLIS, ATIVIDADE QUE CONSISTE EM ESTUDO, PLANEJAMENTO, CONCEITUAÇÃO, CONCEPÇÃO, CRIAÇÃO, INTERMEDIAÇÃO, SUPERVISÃO E EXECUÇÃO DE ESTRATÉGIAS E AÇÕES DE PUBLICIDADE E ATIVIDADES COMPLEMENTARES, ASSIM COMO A DISTRIBUIÇÃO DE COMUNICAÇÃO AOS VEÍCULOS E DEMAIS MEIOS DE DIVULGAÇÃO.	UNID.	1	406917-0

				( ) Igual ( ) Similar (x) semelhante

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

5. DISPOSIÇÕES PRELIMINARES

5.1. O objeto desta contratação não se enquadra como sendo de bem de luxo;

5.2. O prazo de vigência da contratação é de 12 meses contados da assinatura do instrumento contratual, podendo ser prorrogado por até 60 meses na forma dos artigos 105, 106 e 107 da Lei n° 14.133, de 2021;

6. FUNDAMENTAÇÃO E DESCRIÇÃO DA NECESSIDADE DA CONTRATAÇÃO

6.1 A referida aquisição está fundamentada na solicitação oriunda do Gabinete de Comunicação Social, dessa forma, foi elaborado neste Termo de Referência, o qual servirá de base para a presente contratação, fundamentado com base na Lei Federal n.º 14.133, de 1 de abril de 2021 e suas alterações posteriores, além das demais legislações pertinentes e as condições e especificações estabelecidas neste instrumento.

6.2 O Gabinete de Comunicação Social da Prefeitura Municipal de Rondonópolis tem a atribuição de divulgar, defender e consolidar a imagem institucional do Executivo Municipal, com prioridade para o esclarecimento e informação à sociedade sobre o exercício do Poder Executivo Municipal, bem como promover campanhas informativas sobre temas de interesse público e de natureza institucional para o público em geral.

6.3 Entretanto, a Prefeitura Municipal de Rondonópolis não dispõe de capacidade técnica e estrutura para atender a tais atribuições institucionais. Dessa forma, a contratação de agências de publicidade visa suprir a esta necessidade e auxiliar no cumprimento da atribuição institucional, ampliando o acesso à informação e garantindo a realização desta em tempo hábil e com qualidade técnica.

6.4 Ainda, nesse sentido, aprimorar a comunicação interna e externa é objetivo previsto no Gabinete de Comunicação Social, o qual se visa alcançar com a presente contratação, fazendo isto de forma impessoal e transparente.

6.5 Em consonância com o art. 37 da Constituição, a divulgação institucional da Prefeitura Municipal também representa o estímulo à participação da sociedade na fiscalização das atividades e demais deliberações do Ente Público.

6.6 Entende-se que os valores da transparência e informação cidadã demandam a comunicação com a sociedade por vários canais de comunicação. Além disso, na sociedade atual, o acesso à informação dispõe de maior dinamismo nos meios, maior rapidez e diversos formatos, devido às inovações tecnológicas. Com as novas tecnologias, a comunicação assumiu um papel de grande destaque, impactando no relacionamento interno e externo das instituições.

6.7 Dessa forma, utilizar o espaço dos meios de comunicação por meio da contratação de agências de publicidade e propaganda demonstra-se de vital importância para cumprir a função ético-social da Administração Pública, de levar ao conhecimento da coletividade as ações desenvolvidas na Prefeitura Municipal de Rondonópolis e ampliar a comunicação com a sociedade.

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

7.1. Trata-se de licitação visando à contratação de agência de publicidade. O serviço em apreço decorre de mandamento constitucional (Art. 37, § 1°, CF/88). Essa imposição da Carta Magna possui rito e maneira de se processar peculiar previsto em legislação própria (Lei Federal n° 12.232/2010), de modo que a administração pública fica condicionada a seguir rigorosamente os seus preceitos.

7.2. Assim, a descrição da solução considerando o ciclo de vida do objeto encontra-se demarcada na Constituição Federal e na supracitada lei. Segundo a inteligência do art. 37, § 1° 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 n° 12.232/2010 ao delimitar o objeto da licitação também aborda essa sistemática, impondo regras a fim de que todas as nuances relativas à contratação de agências de publicidade estejam vinculadas à lei.

8. REQUISITOS DA CONTRATAÇÃO

Garantia da contratação

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

8.2. MODELO DE EXECUÇÃO DO OBJETO

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

8.4. RECEBIMENTO DAS PROPOSTAS E DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

8.5. O fornecedor será selecionado por meio da realização de licitação na modalidade CONCORRÊNCIA PÚBLICA, com fundamento no art. 28, inciso II, da Lei n.º 14.133/2021, que culminará com a seleção da proposta de TÉCNICA E PREÇO, na proporção de 70% para técnica e 30% para o preço.

8.6. As Propostas Técnicas e de Preços e os Documentos de Habilitação das licitantes deverão ser entregues ao Agente de contratação e equipe de apoio em 05 (cinco) invólucros distintos e separados.

8.7. Os invólucros com as Propostas Técnica e de Preços serão recebidos na avenida Duque de Caxias, 1.000, Vila Aurora, Rondonópolis-MT – Sede da Prefeitura Municipal de Rondonópolis, em data e horário a serem definidos posteriormente.

8.8. Os invólucros com os Documentos de Habilitação serão recebidos e abertos em dia, local e horário a serem designados pelo Agente de Contratação e equipe de apoio.

8.9. O recebimento e a abertura dos invólucros, bem como os demais procedimentos licitatórios, obedecerão ao disposto neste Termo de Referência e na legislação.

9. ENTREGA DA PROPOSTA TÉCNICA

9.1. A Proposta Técnica deverá ser entregue ao Agente de Contratação e equipe de apoio acondicionada nos Invólucros nº 1, nº 2 e nº 3.

Invólucro nº 1

9.2. No Invólucro nº 1 deverá estar acondicionado o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada.

9.3. Só será aceito o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada que estiver acondicionado no invólucro padronizado, fornecido pelo Agente de Contratação e equipe de apoio, a ser retirado, exclusivamente, pela agência que o solicitar formalmente na avenida Duque de Caxias, 1.000, Vila Aurora, Rondonópolis-MT – Sede da Prefeitura Municipal de Rondonópolis, no horário de funcionamento da Casa (12:00 às 18:00).

9.4. O Invólucro nº 1 deverá estar sem fechamento e sem rubrica para preservar, até a abertura do Invólucro nº 2, o sigilo quanto à sua autoria.

9.5. O Invólucro nº 1 não poderá:

a) ter nenhuma identificação;

b) apresentar informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação da licitante;

c) estar danificado ou deformado pelas peças, pelos materiais e demais documentos nele acondicionados, de modo a possibilitar a identificação da licitante.

Invólucro nº 2

9.6. No Invólucro nº 2 deverá estar acondicionado o Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada.

9.7. O Invólucro nº 2 deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação: Invólucro nº 2 Proposta Técnica: Plano de Comunicação Publicitária - Via Identificada Nome empresarial e CNPJ da licitante e número da Concorrência – Prefeitura Municipal de Rondonópolis.

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

Invólucro nº 3

9.9. No Invólucro nº 3 deverão estar acondicionados a Capacidade de Atendimento, o Repertório e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação.

9.10. O Invólucro nº 3 deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação: Invólucro nº 3 Proposta Técnica: Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação Nome empresarial e CNPJ da licitante e número da Concorrência – Prefeitura Municipal de Rondonópolis.

9.11. O Invólucro nº 3 deverá ser providenciado pela licitante e poderá ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável quanto às informações de que trata, até sua abertura.

9.12. O Invólucro nº 3 não poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, que possibilite a identificação da autoria deste, antes da abertura do Invólucro nº 2.

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

QUESITOS	SUBQUESITOS
I – Plano de Comunicação Publicitária	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	

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

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

a) em caderno único, orientação retrato e com espiral preto colocado à esquerda;
b) capa e contracapa em papel A4, branco, com 90 gr/m2 , ambas em branco;
c) conteúdo impresso em papel A4, branco, com 75 gr/m2 , orientação retrato;
d) espaçamentos de 3 cm na margem esquerda e 2 cm na direita, a partir das respectivas bordas;
e) títulos, entretítulos, parágrafos e linhas subsequentes sem recuos;
f) espaçamento simples entre as linhas e, opcionalmente, duplo após títulos e entretítulos e entre parágrafos;
g) alinhamento justificado do texto;
h) texto e numeração de páginas em fonte Arial, cor preta, tamanho de 12 pontos;numeração de todas as páginas, no centro inferior, pelo editor de textos, a partir da primeira página interna, em algarismos arábicos;
i) sem identificação da licitante.

9.16. Os subquesitos Raciocínio Básico e Estratégia de Comunicação Publicitária poderão ter gráficos, quadros, tabelas e/ou planilhas, observadas as seguintes orientações:

a) poderão ser editados em cores;
b) os dados e informações deverão ser editados na fonte Arial e poderão ter tamanho entre 08 e 12 pontos;
c) as páginas em que estiverem inseridos poderão ser:

c1) apresentadas em papel A3 dobrado. Nesse caso, cada folha de papel A3 será computada como 2 (duas) páginas de papel A4;

c2) impressas na orientação paisagem.

9.17. 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.

9.18. As páginas em que estiverem inseridos os gráficos, tabelas e planilhas desse subquesito poderão ser impressas na orientação paisagem.

9.19. 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.

9.20. O Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada não poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação de sua autoria, antes da abertura do Invólucro nº 2.
9.21. Os textos do Raciocínio Básico, da Estratégia de Comunicação Publicitária e da relação e descrição das peças publicitárias estão limitados, no conjunto, a 10 (dez) páginas.
9.22. Os textos da Estratégia de Mídia e Não Mídia não têm limitação quanto ao número de páginas.
9.23. Para fins desta concorrência, consideram-se como não mídia os meios publicitários (off-line ou on-line) que não implicam a compra de espaço ou tempo em veículos de divulgação para a transmissão de mensagens a públicos determinados.
9.24. Poderão ser utilizadas páginas isoladas com a finalidade de indicar o Plano de Comunicação Publicitária e seus subquesitos.
9.25. Essas páginas não serão computadas no limite de página previsto.
9.26. A licitante deverá apresentar o Plano de Comunicação Publicitária com base no Briefing, observadas as seguintes orientações:
9.27. Subquesito 1 - Raciocínio Básico - apresentação em que a licitante descreverá:
a) análise das características e especificidades do contratante e do seu papel no contexto no qual se insere;
b) diagnóstico relativo às necessidades de comunicação publicitária identificadas;
c) compreensão do desafio e dos objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing.
9.28. Subquesito 2 - Estratégia de Comunicação Publicitária - apresentação e defesa da Estratégia proposta pela licitante para superar o desafio e alcançar os objetivos de comunicação, com base no Briefing, compreendendo:
a) explicitação e defesa do partido temático e do conceito que fundamentam a proposta de solução publicitária;
b) proposição e defesa dos pontos centrais da Estratégia de Comunicação Publicitária, especialmente: o que dizer; a quem dizer; como dizer; quando dizer e que meios, instrumentos ou ferramentas de divulgação utilizar.
9.29. Subquesito 3 - Ideia Criativa - apresentação da proposta de campanha publicitária, contemplando os seguintes conteúdos:
a) relação de todas as peças publicitárias que a licitante julga necessárias para superar o desafio e alcançar os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing, com a descrição de cada uma;
b) exemplos das peças, constantes da relação prevista na alínea anterior, que a licitante julga mais adequadas para corporificar e ilustrar objetivamente sua proposta de campanha publicitária.
9.30. A relação e descrição de todas as peças publicitárias que a licitante julga necessárias para superar o desafio e alcançar os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing está circunscrita à especificação de cada peça publicitária, à explicitação de sua finalidade e suas funções táticas na campanha proposta.
9.31. Se a campanha proposta pela licitante previr número de peças publicitárias superior ao limite estabelecido, que podem ser apresentadas fisicamente como exemplos, a relação e descrição de peças mencionada anteriormente deverá ser elaborada em dois blocos: um para as peças apresentadas como exemplos e outro para as demais.
9.32. Os exemplos de peças publicitárias de que trata a alínea 'b' do subquesito 3 estão limitados a 10 (dez), independentemente do meio de divulgação, do seu tipo ou de sua característica, e poderão ser apresentados sob a forma de:
a) roteiro, layout ou storyboard impressos, para qualquer meio;
b) 'monstro' ou layout eletrônico, para o meio rádio;
c) storyboard animado ou animatic, para os meios TV, cinema e internet;
d) 'boneco' ou layout montado dos materiais de não mídia.
9.33. As peças gráficas poderão ser impressas em tamanho real ou reduzido, desde que não haja prejuízo em sua leitura, sem limitação de cores, com ou sem suporte ou passe-partout. Peças que não se ajustem às dimensões do Invólucro nº 1 poderão ser dobradas.
9.34. Na elaboração de 'monstro' ou layout eletrônico para o meio rádio poderão ser inseridos todos os elementos de referência, tais como trilha sonora, ruídos de ambientação, voz de personagens e locução.
9.35. Na elaboração do storyboard animado ou animatic poderão ser inseridas fotos e imagens estáticas, além de trilha sonora, voz de personagens e locução, não podendo ser inseridas imagens em movimento.
9.36. O 'monstro' ou layout eletrônico, e o storyboard animado ou animatic, deverão ser apresentados em um único CD, DVD ou pen drive, executáveis em sistema operacional Windows.
9.37. Nessas mídias de apresentação (CD, DVD ou pen drive), não poderão constar informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação da licitante, ou de qualquer anunciante, somente a marca do

seu fabricante.

9.38. Os exemplos não serão avaliados sob os critérios utilizados para peças finalizadas, mas apenas como referências das propostas a serem produzidas, independente da forma escolhida pela licitante para a apresentação.

9.39. Para facilitar seu cotejo, cada exemplo deverá trazer indicação do tipo de peça (exemplos: cartaz, filme TV, spot rádio, anúncio revista, banner internet), de acordo com as seguintes orientações:

9.40. a) texto em fonte Arial, cor preta, tamanho de 12 pontos;

9.41. b) nos casos de "monstro" ou layout eletrônico e de storyboard animado ou animatic, que deverão ser apresentados em um único CD, DVD ou pen drive, a indicação do tipo de peça deve ocorrer nos nomes dos arquivos salvos, uma vez que essa mídia deve ser apresentada na condição original, somente com a marca do fabricante, conforme descrito anteriormente.

9.42. Para fins de cômputo das peças que poderão ser apresentadas fisicamente como exemplos, até o limite de 10 (dez), devem ser observadas as seguintes regras:

a) as reduções e variações de formato serão consideradas como novas peças;

b) cada peça apresentada como parte de um kit será computada no referido limite;

c) uma peça sequencial, para qualquer meio (a exemplo de anúncio para revista e jornal, banner de internet e painéis sequenciais de mídia exterior, tais como outdoor, envelopamento de veículo, adesivagem de finger, entre outros), será considerada 01 (uma) peça, se o conjunto transmitir mensagem única;

d) um hotsite e todas as suas páginas serão considerados 01 (uma) peça;

e) um filme e o hotsite que o hospeda serão considerados 02 (duas) peças;

f) um banner e o hotsite por ele direcionado serão considerados 02 (duas) peças.

9.43. Na apresentação de proposta de hotsite, não podem ser inseridos vídeos ou imagens em movimento.

9.44. Subquesito 4 - Estratégia de Mídia e Não Mídia - constituída de apresentação e defesa das soluções de mídia e não mídia recomendadas, em consonância com a Estratégia de Comunicação Publicitária proposta, contemplando:

I. estratégia de mídia: proposição e defesa dos meios e dos recursos próprios de comunicação do contratante a serem utilizados para o alcance dos objetivos da campanha, sob a forma de textos, tabelas, gráficos ou planilhas;

II. tática de mídia: detalhamento da estratégia de mídia, por meio da apresentação e defesa dos critérios técnicos considerados na seleção dos veículos de divulgação e na definição dos respectivos investimentos, dos formatos e períodos de veiculação, sob a forma de textos, tabelas, gráficos ou planilhas;

III. plano de mídia: composto por planilhas de programação das inserções sugeridas, contendo os valores por veículos de divulgação, formatos das peças, períodos de veiculação, quantidade de inserções, nomes de programas, faixas horárias, custos relativos (CPM, CPP, CPC etc.) e demais informações que a licitante considerar relevantes;

IV. simulação dos parâmetros de cobertura e frequência previstos no plano de mídia (para os meios em que seja possível a mensuração dessas variáveis), sob a forma de textos, tabelas, gráficos ou planilhas.Todas as peças publicitárias, que integrarem a relação deverão estar contempladas na Estratégia de Mídia e Não Mídia proposta.

9.45. O plano de mídia proposto deverá apresentar um resumo geral com informações sobre, pelo menos:

a) o período de veiculação, exposição ou distribuição das peças publicitárias;

b) as quantidades de inserções das peças em veículos de divulgação;

c) os valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em veículos de divulgação, separadamente por meios;

d) os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção e na execução técnica de cada peça publicitária destinada a veículos de divulgação;

e) as quantidades a serem produzidas de cada peça publicitária de não mídia;

f) os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção de cada peça publicitária de não mídia;

g) os valores (absolutos e percentuais) alocados na distribuição de cada peça publicitária de não mídia.

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

9.46. Nessa simulação:

a) os preços das inserções em veículos de comunicação deverão ser os de tabela cheia, vigentes na data de publicação do Aviso de Licitação;

b) deverá ser desconsiderado o repasse de parte do desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do Artigo 11 da Lei nº 4.680/1965;

c) deverão ser desconsiderados os custos internos e os honorários sobre todos os serviços de fornecedores e veículos.

d) para veículos de comunicação e divulgação que não atuem com tabelas de preços públicas, mas que possam ser considerados como formas inovadoras de comunicação (tais como mídia programática, trading desks e redes sociais) a licitante deverá informar o montante de investimento proposto a ser utilizado com essas ferramentas no âmbito de sua estratégia, assim como para o alcance dos objetivos previamente estabelecidos, definindo em sua proposta quais métricas serão utilizadas para atingi-los (ex: cpm, true views, taxa de impressão, geração de leads, custo por alcance, cpc, cpe, custo por visualização de vídeo, custo por curtida, entre outros). Para fins desta licitação, a publicidade em plataformas digitais, a exemplo da programação de publicidade nas redes sociais Facebook, Instagram, Twitter, Linkedin e Youtube, está inserida no conceito de forma inovadora de comunicação.

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

I - ter a identificação da licitante;

II - ser datado;

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

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

9.49. 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.

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

a) relação nominal dos seus principais clientes à época da licitação, com a especificação do início de atendimento de cada um deles;

b) quantificação e qualificação, sob a forma de currículo resumido (no mínimo, nome, formação acadêmica e experiência), dos profissionais que poderão ser colocados à disposição da execução do contrato, discriminando-se as respectivas áreas de atuação;

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

d) sistemática operacional de atendimento na execução do contrato;

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

9.51. Quesito 3 - Repertório: a licitante deverá apresentar os documentos, as informações e as peças que constituem o quesito em caderno específico, orientação retrato, com ou sem uso de cores, em formato A4, ou A3 dobrado, numerado sequencialmente a partir da primeira página interna, rubricado em todas as páginas e assinado na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

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

9.53. O Repertório será constituído de peças publicitárias concebidas e veiculadas, expostas ou distribuídas pela licitante.

9.54. A licitante deverá apresentar 10 (dez) peças publicitárias, independentemente do seu tipo ou característica e da forma de sua veiculação, exposição ou distribuição.

9.55. As peças publicitárias devem ter sido veiculadas, expostas ou distribuídas a partir de 1º de janeiro de 2017.

9.56. As peças eletrônicas deverão ser fornecidas em um único DVD, CD ou pen drive, executáveis no sistema operacional Windows, podendo integrar o caderno específico ou ser apresentadas soltas.

9.57. As peças gráficas poderão integrar o caderno específico ou ser apresentadas soltas. Em todos os casos, deverá ser preservada a capacidade de leitura das peças e indicadas suas dimensões originais.

9.58. Se apresentadas soltas, as peças poderão ter qualquer formato, dobradas ou não. Para cada peça publicitária deverá ser apresentada ficha técnica com a indicação sucinta do problema que se propôs a resolver e a identificação da licitante e de seu cliente, título, data de produção, período de veiculação, exposição ou distribuição e, no caso de veiculação, menção de pelo menos um veículo que divulgou a peça.

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

10. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

10.1. O critério de julgamento para a classificação das licitantes será o de "Técnica e Preço", nos termos do Artigo 5°, 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. A Subcomissão Técnica, designada posteriormente por meio de Portaria, analisará as Propostas Técnicas das licitantes quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Termo de Referência.
10.3. Serão levados em conta pela Subcomissão Técnica, como critério de julgamento técnico, os seguintes atributos da Proposta Técnica, em cada quesito ou subquesito:

10.3.1. Quesito 1 - Plano de Comunicação Publicitária

Subquesito 1 - Raciocínio Básico
a) a acuidade demonstrada na análise das características e especificidades do contratante e do contexto de sua atuação;
b) a pertinência dos aspectos relevantes e significativos apresentados, relativos às necessidades de comunicação publicitária identificadas;
c) a assertividade demonstrada na análise do desafio de comunicação a ser superado pelo contratante e no entendimento dos objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing.

Subquesito 2 - Estratégia de Comunicação Publicitária

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

Subquesito 3 - Idéia Criativa

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

Subquesito 4 - Estratégia de Mídia e Não Mídia
a) a adequação da Estratégia de Mídia e Não Mídia com as características da ação publicitária, com a verba referencial para investimento e com o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing;
b) a consistência técnica demonstrada na proposição e defesa da estratégia, da tática e do plano de mídia;
c) a consistência do conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de públicos alvo da campanha publicitária;
d) a adequação da proposta no uso dos recursos próprios de comunicação do contratante e seu alinhamento com a Estratégia de Mídia e Não Mídia;
e) o grau de eficiência e a economicidade na utilização da verba referencial para investimento, demonstrados na simulação dos parâmetros de cobertura e frequência.

10.4. Quesito 2 - Capacidade de Atendimento
a) o porte e a tradição dos clientes, como anunciantes publicitários, e o período de atendimento a cada um;
b) a experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias e a adequação das quantificações e qualificações desses profissionais às necessidades de comunicação publicitária do contratante;
c) a adequação da infraestrutura e das instalações que estarão à disposição do contratante na execução do contrato;
d) a funcionalidade do relacionamento operacional entre o contratante e a licitante;
e) a relevância e utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que a licitante colocará regularmente à disposição do contratante.

10.5. Quesito 3 - Repertório
a) a originalidade da solução criativa e sua adequação à natureza do cliente, ao público-alvo e ao desafio de comunicação;
b) a clareza e precisão das mensagens e a adequação da linguagem às características dos meios e públicos-alvo;
c) a qualidade da produção, da execução e do acabamento das peças.

10.6. Quesito 4 - Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação
a) a evidência de planejamento estratégico por parte da licitante na proposição da solução publicitária;
b) a demonstração de que a solução publicitária contribuiu para o alcance dos objetivos de comunicação do cliente;
c) a complexidade do desafio de comunicação apresentado no Relato e a relevância dos resultados obtidos;

d) o encadeamento lógico da exposição do Relato pela licitante.

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

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

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

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

A soma dos itens 1.1, 1.2, 1.3 e 1.4 totalizam a pontuação do item 1 (Plano de Comunicação Publicitária.

10.10. Se a licitante não observar as quantidades estabelecidas para apresentação do Repertório e dos Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, sua pontuação máxima, nesses quesitos, será proporcional às quantidades por ela apresentadas, sendo a proporcionalidade obtida mediante a aplicação de regra de três simples, em relação às respectivas pontuações máximas previstas.

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

10.12. A Subcomissão Técnica reavaliará a pontuação atribuída a um quesito ou subquesito sempre que a diferença entre a maior e a menor pontuação for superior a 20% (vinte por cento) da pontuação máxima do quesito ou do subquesito, com o fim de restabelecer o equilíbrio das pontuações atribuídas, em conformidade com os critérios objetivos previstos neste Termo de Referência.

10.13. 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.

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

a) apresentar qualquer informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação da autoria do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, antes da abertura do Invólucro nº 2;

b) não alcançar, no total, 80 (oitenta) pontos;

c) obtiver pontuação zero em qualquer um dos quesitos ou subquesitos.

10.15. Poderá ser desclassificada a Proposta Técnica que não atender às demais exigências do Edital, a depender da gravidade da ocorrência.

10.16. 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.

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

11. ENTREGA DA PROPOSTA DE PREÇOS

11.1. No Invólucro nº 4 deverá estar acondicionada a Proposta de Preços das licitantes.

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

Invólucro nº 4 Proposta de Preços Nome empresarial e CNPJ da licitante e número da Concorrência – Prefeitura Municipal de Rondonópolis.

11.3. O Invólucro nº 4 deverá ser providenciado pela licitante e poderá ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável quanto às informações de que trata, até sua abertura.

12. APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇO

12.1. A Proposta de Preços da licitante deverá ser elaborada de acordo com o Modelo de Proposta de Preços e apresentada em caderno único, em papel que a identifique, com suas páginas numeradas sequencialmente, sem emendas ou rasuras, datada, assinada na última página e rubricada nas demais, por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

12.2. O prazo de validade da Proposta de Preços deverá ser de, no mínimo,

120 (cento e vinte) dias corridos, contados de sua apresentação. Caso a licitante fixe um prazo de validade inferior ao exigido ou, ainda, esteja com o prazo de validade de sua proposta expirado na sessão de abertura dos invólucros com as Propostas de Preços, ao Agente de Contratação e equipe de apoio 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.

12.3. 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.

13. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS DE PREÇOS

13.1. O critério de julgamento para a classificação das licitantes será o de "Técnica e Preço", nos termos do Artigo 5°, 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.

13.2. 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, ao Agente de Contratação e equipe de apoio considerará o preço por extenso.

13.3. O desconto sobre a tabela de custos internos, desenvolvida pelo Sindicato das Agências de Publicidade do Estado de Mato Grosso (SINAPRO- MT), é item de pontuação, conforme consta a seguir:

50% de desconto – 50 pontos;

de 35% a 49% – 40 pontos;

de 30% a 34% – 30 pontos;

de 25% a 29% – 20 pontos;

abaixo de 25% – 10 pontos.

13.4. O honorário sobre o preço faturado pelos fornecedores de produção também é item de pontuação:

até 5% sobre o valor faturado pelo fornecedor – 50 pontos;

de 6% a 7% sobre o valor faturado pelo fornecedor – 40 pontos;

de 8% a 10% sobre o valor faturado pelo fornecedor – 30 pontos;

de 11% a 13% sobre o valor faturado pelo fornecedor – 20 pontos;

entre 14% e 15% sobre o valor faturado pelo fornecedor – 10 pontos.

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

NPP = D1 + D2

NPP – Nota da Proposta de Preços

D1– Pontuação do desconto sobre a Tabela de Custos Internos (SINAPRO- MT)

D2 – Pontuação do desconto sobre o honorário de produção.

14. JULGAMENTO FINAL DAS PROPOSTAS TÉCNICAS E DE PREÇOS

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

NFG = (NPT x 7) + (NPP x 3) 7+3

NFG – Nota Final Geral

NPT – Nota da Proposta Técnica

7 – peso 70 estabelecido à nota da Proposta Técnica

NPP – Nota da Proposta de Preços

3 – peso 30 estabelecido à nota da Proposta de Preços

14.2. 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.

14.3. Após a utilização do critério de desempate descrito acima, persistindo o empate, a decisão será feita com base nos critérios previstos no art. 60 da Lei nº 14.133, de 2021.

14.4. Se ainda assim, persistindo o empate, a decisão será feita através de sorteio.

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

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

14.7. Serão vencedoras desta concorrência as 04 (quatro) licitantes que mantiverem as condições de participação estabelecidas anteriormente e que:

a) tenham obtido a maior Nota Final Geral (NFG); e

b) tenham sido habilitadas.

14.8. ENTREGA DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

14.9. Os Documentos de Habilitação deverão ser entregues ao Agente de Contratação e equipe de apoio 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.

14.10. A licitante classificada que não apresentar os Documentos de Habilitação na referida sessão será alijada do certame, exceto diante da ocorrência de nenhuma licitante ser habilitada, o que requer a convocação novamente de todas as classificadas.

14.11. Os Documentos de Habilitação deverão ser entregues acondicionados no Invólucro nº 5, que deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

Invólucro nº 5 Documentos de Habilitação Nome empresarial e CNPJ da licitante e número da Concorrência – Prefeitura Municipal de Rondonópolis.

14.12. 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.

15. APRESENTAÇÃO DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

15.1. Os documentos de Habilitação deverão ter todas as suas páginas rubricadas por representante legal da licitante e ser apresentados:

I - em via original; ou

II - sob a forma de publicação em órgão da imprensa oficial; ou

III- em cópia autenticada por cartório competente, quando a lei assim o exigir ou por certidões expedidas por sistemas mantidos pela Administração Pública; ou

IV - em cópia não autenticada, desde que seja exibida a via original, para conferência pelo Agente de Contratação e equipe de apoio, no ato de entrega dos Documentos de Habilitação.

15.2. Os Documentos de Habilitação deverão ser acondicionados em caderno específico, com suas páginas numeradas sequencialmente, na ordem em que figuram no Edital.

15.3. Só serão aceitas cópias legíveis, que ofereçam condições de análise por parte do Agente de Contratação e equipe de apoio.

15.4. Para se habilitar, a licitante deverá apresentar a documentação, na forma prevista a seguir:

15.5. Habilitação Jurídica

a) ato constitutivo, estatuto ou contrato social em vigor, devidamente registrado, em se tratando de sociedades empresariais e, no caso de sociedade por ações, acompanhado de documentos de eleição de seus administradores;

a1) os documentos mencionados na alínea 'a' deverão estar acompanhados de suas alterações ou da respectiva consolidação, devendo constar, entre os objetivos sociais, a execução de atividades da mesma natureza ou compatível com o objeto desta concorrência;

b) inscrição do ato constitutivo em cartório de Registro Civil de Pessoas Jurídicas, no caso de sociedades simples, acompanhada de prova da diretoria em exercício;

c)ato de autorização, quando se tratar de empresa ou sociedade estrangeira em funcionamento no País, e ato de registro ou autorização para funcionamento, expedido pelo órgão competente, quando a atividade assim o exigir;

d) registro comercial, em caso de empresa individual.

15.6. Regularidade Fiscal e Trabalhista

a) prova de inscrição no Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica - CNPJ/MF;

b) prova de inscrição no cadastro de contribuintes estadual ou municipal, se exigível, relativa ao domicílio ou sede da licitante, pertinente ao seu ramo de atividade e compatível com o objeto desta concorrência;

c)Certidão Conjunta Negativa de Débitos Relativos a Tributos Federais e à Dívida Ativa da União, expedida por órgãos da Secretaria da Receita Federal do Brasil e da Procuradoria Geral da Fazenda Nacional com jurisdição sobre o local da sede da licitante;

d) Certidões Negativas de Débitos ou de não contribuinte expedidas por órgãos das Secretarias de Fazenda do Estado e do Município em que estiver localizada a sede da licitante;

e) Certificado de Regularidade de Situação do Fundo de Garantia do Tempo de Serviço - FGTS, em vigor na data de apresentação dos Documentos de Habilitação;

f) Certidão Negativa de Débito Trabalhista (CNDT) que comprove a inexistência de débitos inadimplidos perante a Justiça do Trabalho.

g) Relatório/Extrato do Cadastro de Empresas Inidôneas e Suspensas – CEIS, do Portal Transparência da Controladoria Geral da União e Controladoria Geral do Estado;

h) Consulta Consolidada de Pessoa Jurídica do Tribunal de Contas da União;

i) Consulta Consolidada de Pessoa Jurídica do Tribunal de Contas do Estado de Mato Grosso;

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

15.8. Serão aceitas certidões positivas com efeito de negativa.

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

15.10. Qualificação Técnica:

a) declaração(ões), expedida(s) por pessoa(s) jurídica(s) de direito público ou privado, que ateste(m) que a licitante prestou à(s) declarante(s) serviços compatíveis com os do objeto desta concorrência;

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

b1) o certificado de qualificação técnica de funcionamento emitido para a matriz da agência valerá para a filial;

b2) o documento obtido no site do CENP ou da entidade equivalente terá sua validade verificada pelo Agente de Contratação e equipe de apoio.

15.11. Qualificação Econômico-financeira

a) Certidão Negativa de falência e de recuperação judicial ou extrajudicial expedida pelo distribuidor da sede fiscal

da licitante, dentro do prazo de validade;

a1) caso não conste prazo de validade, será aceita a certidão emitida em até 90 (noventa) dias corridos, antes da data de apresentação dos Documentos de Habilitação;

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

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

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

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

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

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

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

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

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

a) termo de autenticação com a identificação do autenticador;

b) balanço patrimonial e demonstrações contábeis;

c)termo de abertura e encerramento;

d) requerimento de autenticação de Livro Digital;

e) recibo de entrega de Escrituração Contábil Digital.

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

a) balanço de abertura, no caso de sociedades sem movimentação;

b) balanço intermediário, no caso de sociedades com movimentação.

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

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

LG = Ativo Circulante + Realizável a Longo Prazo Passivo Circulante + Exigível a Longo Prazo

SG = Ativo Total

Passivo Circulante + Exigível a Longo Prazo

LC = Ativo Circulante Passivo Circulante

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

S = Ativo Total Passivo Exigível Total

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

15.15. A licitante que apresentar resultado igual ou menor que 01 (um), no cálculo de quaisquer dos índices referidos, ou menor que 01 (um), no cálculo do índice referido na alínea 'b', para ser considerada habilitada no quesito Qualificação Econômico-financeira, deverá incluir, no Invólucro nº 5, comprovante de que possui, no mínimo, patrimônio líquido no valor correspondente a 1% do valor a ser contratado.

15.16. Declarações:

a) declaração, na forma regulamentada pelo Decreto nº 4.358/2002, de que cumpre o disposto no inciso XXXIII do art. 7º da Constituição Federal;

b) que inexistência de impedimentos para a participação, na forma dos casos previstos em edital;

c) elaboração independente de Proposta.

15.17. Todos os documentos deverão estar em nome da licitante. Se a licitante for matriz, os documentos deverão estar com o número do CNPJ da matriz. Se for filial, os documentos deverão estar com o número do CNPJ da filial, salvo aqueles que, por sua natureza, comprovadamente, são emitidos em nome da matriz.

16. ANÁLISE DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

16.1. O Agente de Contratação e equipe de apoio 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.

16.2. Se nenhuma licitante restar habilitada, o Agente de Contratação e equipe de apoio 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.

17. AGENTE DE CONTRATAÇÃO, EQUIPE DE APOIO E SUBCOMISSÃO TÉCNICA

17.1. Esta concorrência será processada e julgada pelo Agente de Contratação e equipe de apoio, que será designado por autoridade competente por meio de Portaria.

17.2. As Propostas Técnicas serão analisadas e julgadas por Subcomissão Técnica, definida por meio de chamamento público conforme preconiza o § 1º do art. 10 da Lei nº 12.232/2010, constituída por pelo menos 03 (três) membros que

sejam formados em Comunicação, Publicidade ou Marketing ou que atuem em uma dessas áreas.

17.3. Na composição da Subcomissão Técnica, 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 12 (doze) integrantes com vínculo com o contratante e 06 (seis) sem vínculo com o contratante, por ele previamente cadastrados.

17.4. Os nomes remanescentes da relação após sorteio dos 06 (seis) 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.

17.5. Para composição da Subcomissão Técnica, o Agente de Contratação e equipe de apoio deverão solicitar a comprovação dos requisitos de qualificação dos possíveis membros da Subcomissão Técnica.

17.6. A relação dos nomes para a formação da Subcomissão Técnica será publicada no Diário Oficial do município, Jornal Estadão/MT e TCE/MT, em prazo não inferior a 10 (dez) dias da data em que será realizada a sessão pública marcada para o sorteio.

17.7. O sorteio será processado pelo Agente de Contratação e equipe de apoio, 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.

17.8. Até 48 (quarenta e oito) horas antes da sessão pública destinada ao sorteio, qualquer interessado poderá impugnar pessoa integrante da relação, mediante a apresentação ao Agente de Contratação e equipe de apoio de justificativa para a exclusão.

17.9. 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;

17.10. 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.

17.11. 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.

17.12. Será necessário publicar nova relação se o número de membros mantidos depois da impugnação for inferior aos mínimos exigidos por Lei.

17.13. Só será admitida nova impugnação a nome que vier a completar a relação anteriormente publicada.

17.14. 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.

17.15. O Agente de Contratação, equipe de apoio e a Subcomissão Técnica cuidarão para que a interpretação e aplicação das regras busquem o atingimento das finalidades da licitação e, conforme o caso, poderão relevar aspectos puramente formais nos Documentos de Habilitação e nas Propostas das licitantes, desde que não comprometam a lisura e o caráter competitivo desta concorrência e contribuam para assegurar a contratação da proposta mais vantajosa, nos termos do art. 5º, caput, da Lei Federal nº 14.133/2021.

17.16. O Agente de Contratação, a equipe de apoio e a Subcomissão Técnica assinarão Termo de Responsabilidade, que ficará nos autos do processo desta concorrência.

17.17. O Agente de Contratação, a equipe de apoio e a Subcomissão Técnica serão responsabilizados, na forma da lei, por eventuais ações ou omissões que prejudiquem o curso do processo licitatório.

18. OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA

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

18.2. Os serviços a serem realizados devem ser submetidos à aprovação do Gabinete de Comunicação Social responsável pela determinação de sua produção e veiculação.

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

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

18.5. Manter sigilo quanto às informações que necessitem.

18.6. Ter os trabalhos executados pelos profissionais indicados na comprovação da capacidade de atendimento da Proposta Técnica, que será apresentada no certame licitatório, admitida a substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior, mediante a aprovação prévia do Gabinete de Comunicação Social da Prefeitura Municipal de Rondonópolis.

18.7. Ter um representante na cidade de Rondonópolis para atender as demandas do Gabinete de Comunicação Social.

18.8. Executar todos os serviços relacionados com o objeto deste Termo de Referência, no prazo mínimo de 5 (cinco) dais úteis ou outro prazo indicado pelo Gabinete de Comunicação Social da Prefeitura Municipal de Rondonópolis.

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

18.9.1. A Contratada somente poderá contratar e executar qualquer serviço ou aquisição de bens com fornecedores de serviços especializados e veículos de divulgação desde que estes contenham todas as certidões de regularidade fiscal exigida conforme lei n° 14.133/21 e demais normativas vigentes.

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

18.11. Comprometer-se com a perfeita execução de todos os serviços solicitados, obedecendo ao brieffing e recomendações do Gabinete de Comunicação Social..

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

18.13. Elaborar, sempre que solicitado pelo contratante, estudo de práticas e investimentos em mídia que vêm sendo empregados.

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

18.14.1. Promover o cadastro de todos os fornecedores junto ao sistema próprio da Prefeitura Municipal de Rondonópolis.

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

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

reaplicações que tenham sido concedidos.

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

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

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

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

18.21. Cumprir os prazos de apresentação de peças, serviços ou campanhas no prazo mínimo de até 5 (cinco) dias úteis.

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

18.23. O não cumprimento dos prazos estabelecidos provocam à contratada sanções e penalidades, de acordo com o previsto neste Termo de Referência.

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

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

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

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

18.28. Criar e manter sempre atualizado um banco de imagens, em nuvem ou em outro servidor de fácil e pronto acesso à equipe do Gabinete de Comunicação Social, assumindo as despesas relacionadas, com as fotos, ilustrações, cenas e demais imagens produzidas durante a execução do contrato, assim como as informações referentes a direitos autorais e prazos de validade desses direitos.

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

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

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

18.32. Entregar ao contratante, em meio eletrônico e em meio impresso, até o dia 10 de cada mês, um relatório total (mês a mês) de despesas com fornecedores de serviços especializados e veículos de divulgação, com o respectivo acompanhamento de seus pagamentos, conforme modelo definido pelo contratante, devendo conter, pelo menos, as

seguintes informações: data de pagamento do contratante; data de pagamento da contratada; número da nota fiscal, valor pago e nome do favorecido.

18.33. Comunicar imediatamente ao Gabinete de Comunicação Social toda e qualquer alteração, rejeição, cancelamento ou interrupção de um ou mais serviços contratados, além de adotar instantaneamente providências para solucionar a pendência.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

18.43. Permitir que a auditoria interna da Prefeitura Municipal de Rondonópolis ou auditoria externa por ela indicada tenham acesso a todos os documentos relacionados à execução do contrato.

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

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

18.46. Responsabilizar-se por qualquer ação judicial que tenha por fundamento a legislação trabalhista ou de proteção dos direitos autorais ou à propriedade intelectual, devendo adotar providências no sentido de preservar o contratante e de mantê-lo excluído da lide, assim como de reivindicações, demandas, queixas ou representações referentes a tais assuntos. Arcar com o ônus relacionado à produção e criação de peças e campanhas que, por meio de legislação ou de entidades como o CONAR (Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária), sejam impedidas de veicular ou, uma vez veiculando, sejam retiradas do ar.

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

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

18.49. Como obrigação da contratada, que sempre que o fornecimento de bens ou serviços tiver valor superior a 0,5%

do valor global do contrato, a contratada deverá proceder à coleta de orçamentos de fornecedores em envelopes fechados, que serão abertos em sessão pública, convocada e realizada sob fiscalização do contratante.

18.50. O processo de seleção interna para a escolha da contratada que executará a ação publicitaria seguirá a metodologia prevista de seleção interna das agências, que poderá vir a ser substituído a critério da administração pública a qualquer tempo, seguindo-se todos os critérios técnicos e legais.

18.51. 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.

18.52. Aceitar, nas mesmas condições contratuais, acréscimos ou supressões que se fizerem necessárias, em até 25% (vinte e cinco por cento) do valor atualizado, facultada a supressão além desse limite, mediante acordo entre as partes.

19. OBRIGAÇÕES DA CONTRATANTE

19.1. Cumprir todos os compromissos financeiros assumidos com a parte contratada.

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

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

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

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

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

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

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

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

19.10. O Gabinete de Comunicação Social será o responsável pela aprovação dos serviços solicitados antes da execução final, determinando assim a produção e veiculação.

19.11. Instituir processo de seleção interna entre as contratadas, cuja metodologia será disposta no Anexo II, da metodologia para seleção interna das agências.

a. O processo de seleção interna para a escolha da contratada que executará a ação publicitaria seguirá a metodologia prevista anexa ao Termo, que poderá vir a ser substituída a critério da administração pública a qualquer tempo, seguindo-se todos os critérios técnicos e legais.

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

19.13. O contratante fiscalizará o cumprimento contratual e verificará o cumprimento das especificações técnicas, podendo rejeitá-los, no todo ou em parte, quando não corresponderem ao desejado ou especificado.

19.14. Manter divulgadas em sítio próprio aberto na rede mundial de computadores as informações sobre a execução do contrato, com os nomes dos fornecedores de serviços especializados e veículos de comunicação, garantindo o acesso livre às informações de quaisquer interessados. Nomear Gestores e Fiscais para executar a fiscalização do contrato e registrar em relatório todas as ocorrências, deficiências, irregularidades ou falhas que porventura serão observadas na execução dos serviços, objetivando a imediata correção.

20. CONDIÇÕES E PRAZO DE PAGAMENTO

20.1. Os pagamentos serão realizados depois da conclusão dos serviços, por campanha, após a devida prestação de contas pela agência e atestado de conformidade realizado pelo Gabinete de Comunicação Social, responsável pela fiscalização dos serviços, devidamente acompanhado de Regularidade Fiscal e Trabalhista.

20.2. De acordo com a Lei nº 12.232/2010, somente pessoas físicas ou jurídicas previamente cadastradas pelo contratante poderão fornecer às contratadas bens e serviços especializados relacionados com as atividades complementares da execução do objeto, sendo exigida sempre a apresentação pela contratada ao contratante de três (3) orçamentos obtidos entre pessoas que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido.

20.3. A contratada fará jus ao desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, em conformidade com o Artigo 11 da Lei nº 4.680/1965 e do Decreto nº 57.690/1966. O desconto será concedido à contratada pela concepção, execução e/ou distribuição de publicidade, por ordem e conta do contratante, nos termos do Artigo 19 da Lei nº 12.232/2010. A contratada repassará ao contratante o valor correspondente a 3% (três porcento) da mídia efetivamente contratada, correspondente ao repasse parcial dos honorários de veiculação, pagos pelos veículos de comunicação às agências de propaganda, em conformidade com o Anexo B das Normas Padrão da Atividade Publicitária (CENP).

20.4. Pertencem ao contratante as vantagens obtidas em negociação de compra de mídia diretamente ou por intermédio de agência de propaganda, incluídos os eventuais descontos e as bonificações na forma de tempo, espaço ou reaplicações que tenham sido concedidos pelo veículo de divulgação.

20.5. A contratada não fará jus a nenhuma remuneração ou desconto de agência quando da utilização pelo contratante de créditos que a esse tenham sido concedidos por veículos de divulgação, em qualquer ação publicitária pertinente ao contrato.

20.6. O faturamento dos serviços de produção externa e veiculação deverá ser feito pelos prestadores de serviços em nome da Prefeitura Municipal de Rondonópolis, aos cuidados da contratada, por meio da qual os pagamentos serão efetuados.

20.7. A contratada cede ao contratante os direitos autorais patrimoniais de uso das ideias (incluídos estudos, análises e planos), peças, campanhas e demais materiais de publicidade, de sua propriedade exclusiva, de seus empregados ou prepostos, concebidos, criados ou produzidos em decorrência do contrato firmado. Os direitos são cedidos de forma total e definitiva para uso no Brasil ou em qualquer país do mundo.

20.8. As despesas com deslocamento de profissionais da contratada, de seus representantes ou de fornecedores por ela contratados serão de responsabilidade da contratada.

20.9. Quando houver ressarcimento de despesas com deslocamento de profissionais da contratada, de seus representantes ou de fornecedores por ela contratados, deverão ser apresentados comprovantes de passagens, diárias, locação de veículos, entre outros, a fim de aferir a execução da despesa e assegurar seu pagamento pelo líquido, sem incidência de honorários.

20.10. Para liquidação e pagamento das despesas referente aos serviços previamente autorizados pelo contratante, as contratadas deverão apresentar:

a) a correspondente Nota Fiscal, sem rasura e em letra legível, em nome da Prefeitura Municipal de Rondonópolis, CNPJ nº 03.347.101/0001-21, contendo o número do contrato, além das seguintes informações da contratada: nome, CNPJ e dados bancários;

b) quando referente a pagamento de fornecedores e veículos, a Nota Fiscal também deverá conter o número do documento que autorizou a veiculação ou produção do serviço e o nome empresarial do fornecedor com seu respectivo CNPJ;

c)ainda no que tange o pagamento de fornecedores e veículos, a contratada deverá apresentar os documentos comprobatórios de execução/entrega dos serviços, os documentos comprobatórios da demonstração do valor devido ao veículo, da sua tabela de preços, dos descontos negociados, dos correspondentes pedidos de inserção e da efetiva veiculação, sendo este último providenciado sem ônus ao contratante.

20.11. Os documentos de cobrança e comprovação da execução e entrega dos serviços para a liquidação e pagamento

de despesas deverão ser encaminhados para o Gabinete de Comunicação Social, caso se constate algum erro ou irregularidade na documentação, poderão ser devolvidos para as devidas correções ou aceitos com a glosa da parte considerada indevida.

20.12. O contratante não pagará nenhum acréscimo pelo adiamento do pagamento em razão de pendência no cumprimento de quaisquer cláusulas constantes no contrato. Antes da efetivação do pagamento, será verificada a comprovação de regularidade da contratada, dos fornecedores e veículos de divulgação referente a:

a) Certificado de Regularidade de Situação do Fundo de Garantia do Tempo de Serviço – FGTS;

b) Certidão Negativa de Débitos relativos aos Tributos Federais e Dívida Ativa da União;

c)Certidões negativas de tributos estaduais e municipais, emitidas pelos respectivos órgãos;

d) Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas – CNDT.

20.13. A contratada apresentará os documentos comprobatórios de manutenção de suas condições de habilitação, sempre que próximos aos seus respectivos vencimentos.

20.14. O contratante não acata cobrança por meio de duplicatas ou qualquer outro título em bancos ou outras instituições do gênero.

20.15. O contratante não é obrigado a pagar nenhum compromisso assumido pela contratada que lhe venha ser cobrado diretamente por terceiros.

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

20.17. O contratante, na condição de fonte retentora, fará o desconto e o recolhimento dos tributos e contribuições a que seja obrigado pela legislação vigente ou superveniente, referente aos pagamentos que efetuar.

21. MODELO DE GESTÃO DO CONTRATO

21.1. 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;

21.2. Em caso de impedimento, ordem de paralisação ou suspensão do contrato, o cronograma de execução será prorrogado automaticamente pelo tempo correspondente, anotadas tais circunstâncias mediante termo aditivo;

21.3. As comunicações entre o órgão ou entidade e a contratada devem ser realizadas por escrito sempre que o ato exigir tal formalidade, admitindo-se o uso de mensagem eletrônica para esse fim;

21.4. O órgão ou entidade poderá convocar representante da empresa para adoção de providências que devam ser cumpridas de imediato;

21.5. Após a assinatura do contrato ou instrumento equivalente, a Prefeitura Municipal de Rondonópolis 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.

21.6. Outros detalhes acerca da gestão e fiscalização do contrato firmado entre a Prefeitura Municipal de Rondonópolis e as agências de publicidade poderão constar no instrumento contratual.

Fiscalização

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

Gestor do Contrato

21.8. O gestor do contrato coordenará a atualização do processo de acompanhamento e fiscalização do contrato contendo todos os registros formais da execução no histórico de gerenciamento do contrato, a exemplo da ordem de serviço, do registro de ocorrências, das alterações e das prorrogações contratuais, elaborando relatório com vistas à verificação da necessidade de adequações do contrato para fins de atendimento da finalidade da administração;

21.9. O gestor do contrato acompanhará os registros realizados pelos fiscais do contrato, de todas as ocorrências relacionadas à execução do contrato e as medidas adotadas, informando, se for o caso, à autoridade superior àquelas que ultrapassarem a sua competência;

21.10. 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;

21.11. O gestor do contrato emitirá documento comprobatório da avaliação realizada pelos fiscais quanto ao cumprimento de obrigações assumidas pelo contratado, com menção ao seu desempenho na execução contratual, baseado nos indicadores objetivamente definidos e aferidos, e a eventuais penalidades aplicadas, devendo constar do cadastro de atesto de cumprimento de obrigações;

21.12. O gestor do contrato tomará providências para a formalização de processo administrativo de responsabilização para fins de aplicação de sanções, a ser conduzido pela comissão de que trata o art. 158 da Lei nº 14.133, de 2021, ou pelo agente ou pelo setor com competência para tal, conforme o caso;

21.13. O gestor do contrato deverá elaborar relatório final com informações sobre a consecução dos objetivos que tenham justificado a contratação e eventuais condutas a serem adotadas para o aprimoramento das atividades da Administração;

21.14. O gestor do contrato deverá enviar a documentação pertinente ao setor de contratos para a formalização dos procedimentos de liquidação e pagamento, no valor dimensionado pela fiscalização e gestão nos termos do contrato.

22. DO CONTROLE E REAJUSTE DE PREÇOS

Reajuste do Contrato

22.1. Durante a vigência do Contrato, os preços inicialmente contratados são fixos e irreajustáveis pelo prazo de um ano contado da data do orçamento estimado;

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

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

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

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

PRAZO PARA A ASSINATURA DO CONTRATO

22.2. O contrato deverá ser assinado pelas licitantes do certame no prazo de até 05 (cinco) dias úteis, contados a partir da data de convocação do Gabinete de Comunicação Social da Prefeitura Municipal de Rondonópolis, 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.

23. DAS SANÇÕES/PENALIDADES

23.1. Comete infração administrativa, nos termos da Lei nº 14.133/2021 (art. 155) e do Decreto Municipal nº 11.685/2023 o contratado que:

23.1.1. Dar causa à inexecução parcial do contrato que cause grave dano à Administração, ao funcionamento dos serviços públicos ou ao interesse coletivo.

23.1.2. Dar causa à inexecução total do contrato.

23.1.3. Não celebrar o contrato ou não entregar a documentação exigida para a contratação, quando convocado dentro do prazo de validade de sua proposta.

23.1.4. Ensejar o retardamento da execução ou da entrega do objeto da licitação sem motivo justificado.

23.1.5. Apresentar declaração ou documentação falsa exigida para o certame ou prestar declaração falsa durante a licitação ou a execução do contrato.

23.1.6. Fraudar a licitação ou praticar ato fraudulento na execução do contrato.

23.1.7. Comportar-se de modo inidôneo ou cometer fraude de qualquer natureza.

23.1.8. Praticar atos ilícitos com vistas a frustrar os objetivos da licitação.

23.1.9. Praticar ato lesivo previsto no art. 5º, da Lei nº 12.846/2013.

23.2. Serão aplicadas ao contratado que incorrer nas infrações acima descritas as seguintes sanções:

23.2.1. Advertência, quando o contratado der causa à inexecução parcial do contrato que não implique em prejuízo ou dano à administração, bem como na hipótese de descumprimento de pequena relevância praticado pelo contratado e que não justifique imposição de penalidade mais grave;

23.2.2. Multa:

23.2.2.1. Moratória: em razão do atraso injustificado: na proporção de 5 % (cinco por cento) do valor da parcela inadimplida por dia de atraso injustificado até o limite de 30 (trinta) dias corridos.

23.2.2.1.1. O atraso superior a 30 (trinta) dias autoriza a Administração a promover a extinção do contrato por descumprimento ou cumprimento irregular de suas cláusulas, conforme dispõe o inciso I do art. 137 da Lei n. 14.133, de 2021.

23.2.2.2. Compensatória: será aplicada multa de 0,5% até 30% sobre o valor do contrato, devendo a autoridade competente observar, na dosimetria da pena, as seguintes recomendações:

23.2.2.2.1. Em casos de inexecução parcial do contrato, que cause grave dano à Administração, ao funcionamento dos serviços públicos ou ao interesse coletivo (ítem 23.1.1), bem como quantos aos itens: 23.1.3 e 23.1.4, a multa será de 0,5% a 15% do valor do contrato licitado.

23.2.2.2.2. Em casos de inexecução total do contrato (ítem 35.1.2), bem como quanto aos itens: 35.1.5; 35.1.6; 23.1.7; 35.1.8 e 35.1.9) nas hipóteses de atos fraudulentos com o objetivo de obter vantagens indevidas, a multa será fixada entre 15% a 30% do valor do contrato licitado.

23.2.2.2.3. No caso de inexecução total, a multa será aplicada independentemente da existência ou não do prejuízo ao contratante, implicando ainda na possibilidade de rescisão do contrato.

23.2.2.3. Antes da aplicação da multa será facultada a defesa do interessado no prazo de 15 (quinze) dias úteis, contado da data de sua intimação.

23.2.2.4. Se a multa aplicada e as indenizações cabíveis forem superiores ao valor do pagamento eventualmente devido pelo contratante ao contratado, além da perda desse valor, a diferença será descontada da garantia prestada ou será cobrada judicialmente.

23.2.2.5. Caso o contratado não tenha nenhum valor a receber do contratante, ou os valores do pagamento e da garantia contratual forem insuficientes, o contratante concederá o prazo de 05 (cinco) dias úteis, contados do recebimento de sua intimação, para que a multa seja paga.

23.2.2.6. Esgotados os meios administrativos para a cobrança dos valores devidos, o contratante providenciará o encaminhamento do processo à Procuradoria-Geral do Município para que seja realizada a cobrança judicial.

23.2.2.7. Caso o contratante tenha de recorrer ou comparecer a juízo para haver o que lhe for devido, o contratado ficará sujeita ao pagamento, além do principal do débito, da pena convencional de 10% (dez por cento) sobre o valor do litígio, dos juros de mora de 1% (um por cento) ao mês, despesas de processo e honorários de advogado, estes fixados, desde logo, em 20% (vinte por cento) sobre o valor em litígio.

23.2.2.8. A aplicação de multa de mora não impedirá que a Administração a converta em compensatória e promova a extinção unilateral do contrato com a aplicação cumulada de outras sanções previstas na Lei 14.133/2021.

23.2.3. Impedimento de licitar e contratar, caso não se justifique imposição de penalidade mais grave.

23.2.3.1. Essa penalidade poderá ser aplicada nas seguintes hipóteses:

23.2.3.1.1. Der causa à inexecução parcial do contrato que cause grave dano à Administração, ao funcionamento dos serviços públicos ou ao interesse coletivo;

23.2.3.1.2. Der causa à inexecução total do contrato;

23.2.3.1.3. Deixar de entregar a documentação exigida para o certame;

23.2.3.1.4. Não manter a proposta, salvo em decorrência de fato superveniente devidamente justificado;

23.2.3.1.5. Não celebrar o contrato ou não entregar a documentação exigida para a contratação, quando convocado dentro do prazo de validade de sua proposta;

23.2.3.1.6. Ensejar o retardamento da execução ou da entrega do objeto da licitação sem motivo justificado.

23.2.4. As condutas aqui enumeradas também podem justificar a aplicação da declaração de inidoneidade quando as circunstâncias do caso concreto justificarem a imposição de penalidade mais grave.

23.2.4.1. Declaração de inidoneidade para licitar e contratar.

23.2.4.2. A declaração de inidoneidade para licitar e contratar pode ser aplicada por qualquer ente da federação impedirá o responsável de licitar e contratar com a Administração Pública direta e indireta do município de Rondonópolis-MT pelo prazo mínimo de 3 (três) anos e máximo de 6 (seis) anos.

23.2.4.2.1. Essa penalidade poderá ser aplicada nas seguintes hipóteses:

23.2.4.2.1. Apresentar declaração ou documentação falsa exigida para o certame ou prestar declaração falsa durante a licitação ou a execução do contrato;

23.2.4.2.3. Fraudar a licitação ou praticar ato fraudulento na execução do contrato;

23.2.4.2.4. Comportar-se de modo inidôneo ou cometer fraude de qualquer natureza;

23.2.4.2.5. Praticar atos ilícitos com vistas a frustrar os objetivos da licitação;

23.2.4.2.6. Praticar ato lesivo previsto no art. 5º da Lei nº 12.846/2013.

23.3. Todas as sanções previstas neste Contrato poderão ser aplicadas cumulativamente com a multa (art. 156, §7º, da Lei nº 14.133, de 2021).

23.4. A aplicação das sanções previstas neste Contrato não exclui, em hipótese alguma, a obrigação de reparação integral do dano causado ao contratante (art. 156, §9º, da Lei nº 14.133, de 2021).

23.5. A aplicação de qualquer das penalidades previstas realizar-se-á em processo administrativo que assegurará o contraditório e a ampla defesa, observando-se o procedimento previsto na Lei nº 14.133/2021 e no Decreto Municipal nº 11.685/2023.

23.6. A autoridade competente, na aplicação das sanções, levará em consideração:

23.6.1. a natureza e a gravidade da infração cometida;

23.6.2. as peculiaridades do caso concreto;

23.6.3. as circunstâncias agravantes ou atenuantes;

23.6.4. os danos que dela provierem para o contratante;

23.6.5. a implantação ou o aperfeiçoamento de programa de integridade, conforme normas e orientações dos órgãos de controle.

23.7. Os atos previstos como infrações administrativas na Lei nº 14.133, de 2021, ou em outras leis de licitações e contratos da Administração Pública que também sejam tipificados como atos lesivos na Lei nº 12.846, de 2013, serão apurados e julgados conjuntamente, nos mesmos autos, observados o rito procedimental e autoridade competente definidos na referida Lei e nos demais regulamentos complementares.

23.8. A personalidade jurídica do Contratado poderá ser desconsiderada sempre que utilizada com abuso do direito para facilitar, encobrir ou dissimular a prática dos atos ilícitos previstos neste Contrato ou para provocar confusão patrimonial, e, nesse caso, todos os efeitos das sanções aplicadas à pessoa jurídica serão estendidos aos seus administradores e sócios com poderes de administração, à pessoa jurídica sucessora ou à empresa do mesmo ramo com relação de coligação ou controle, de fato ou de direito, com o Contratado, observados, em todos os casos, o contraditório, a ampla defesa e a obrigatoriedade de análise jurídica prévia.

23.9. As sanções de impedimento de licitar e contratar e declaração de inidoneidade para licitar ou contratar são passíveis de reabilitação na forma do art. 163 da Lei nº 14.133/2021.

23.10 A falha na execução contratual restará configurada quando:

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

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

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

23.12. 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 Rondonópolis, 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 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 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 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 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 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

23.13. 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.

24. ESTIMATIVAS DO VALOR DA CONTRATAÇÃO

24.1. O custo estimado total da contratação é de R$10.000.000,00 (dez milhões de reais).
24.2. A adoção deste valor tem por base a previsão de gastos com publicidade projetada para o período e que representa a necessidade da verba para a realização do objeto do edital e do contrato administrativo.
24.3. O valor estimado poderá ser atualizado pelo Índice de Preços ao Consumidor Amplo- IPCA (IBGE).

25. PÚBLICO-ALVO

25.1. A população da cidade de Rondonópolis e seus distritos, sociedade civil - homens e mulheres, além de formadores de opinião.

26. ADEQUAÇÃO ORÇAMENTÁRIA

26.1. As despesas decorrentes da presente contratação correrão à conta de recursos específicos consignados no orçamento da Prefeitura Municipal de Rondonópolis;

26.2. A contratação será atendida pela seguinte dotação:

PREVISÃO: 2025

ÓRGÃO: 02 – PREFEITURA MUNICIPAL DE RONDONÓPOLIS

UNIDADE: 025 – GABINETE DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

FUNÇÃO PROGRAMÁTICA: 04.131.2303.2350 – MANUTENÇÃO DAS ATIVIDADES DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

ELEMENTO DE DESPESA: 3.3.90.39.00.00 – OUTROS SERVIÇOS DE TERCEIROS – PJ

FONTE: 1.500.0000000

REDUZIDO: 999

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

27. OBSERVAÇÕES FINAIS

27.1. É facultada ao Agente de Contratação e equipe de apoio, 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.

27.2. O Agente de Contratação e equipe de apoio, por solicitação expressa da Subcomissão Técnica, poderá proceder vistoria da infraestrutura que as agências apresentaram nas Propostas Técnicas (quesito Capacidade de Atendimento), que estarão à disposição do contratante para a execução do contrato.

27.3. O Agente de Contratação e equipe de apoio deverão 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.

27.4. Até a assinatura do contrato, a licitante vencedora poderá ser desclassificada ou inabilitada se o contratante tiver conhecimento de fato desabonador à sua classificação técnica ou à sua habilitação, conhecido após o julgamento de cada fase.

27.5. Se ocorrer desclassificação ou inabilitação da licitante vencedora, por fatos referidos no parágrafo precedente, o contratante poderá convocar as licitantes remanescentes, obedecida a ordem de classificação final das Propostas Técnicas ou revogar esta concorrência.

27.6. Se, durante a execução do contrato, o instrumento firmado com a contratada não for prorrogado, ou for rescindido, nos casos previstos na legislação e no contrato, o contratante poderá convocar as licitantes remanescentes, obedecida a ordem de classificação final das Propostas Técnicas, para dar continuidade à execução do objeto do contrato, desde que concordem e se disponham a cumprir todas as condições e exigências a que estiver sujeita a signatária do contrato. 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.

27.7. Se houver indícios de conluio entre as licitantes ou de qualquer outro ato de má-fé, o contratante comunicará os fatos verificados aos órgãos e instituições competentes para que sejam tomadas as providências devidas.

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, da 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, o Agente de Contratação e equipe de apoio poderão, 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 do 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 do município, Jornal Estadão MT e TCE/MT, na forma prevista no parágrafo único do artigo 91, da Lei Federal nº 14.133/2021.

27.15. As questões suscitadas pelo Edital que não puderem ser dirimidas administrativamente serão processadas e julgadas no Juízo da Justiça.

ANEXO II - 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 Prefeitura Municipal de Rondonópolis para prestação de serviços de publicidade institucional e de utilidade pública.

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 pelo Gabinete de Comunicação Social 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. O Gabinete de Comunicação Social 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. O Gabinete de Comunicação Social solicitará às agências que apresentem, na data indicada, o desenvolvimento da Ideia Criativa, com base no briefing fornecido pelo Gabinete de Comunicação Social, 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 do Gabinete de Comunicação Social, quanto ao desenvolvimento da ação.

4.2.1. A Subcomissão Técnica que fará a avaliação da seleção Nível 2 será composta pelo gestor do Gabinete de Comunicação Social e mais dois profissionais que atuam na criação de conteúdo publicitário na Prefeitura de Rondonópolis.

4.3. Caso nenhuma das propostas seja considerada adequada, o Gabinete de Comunicação Social determinará às agências que apresentem nova proposta.

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

4.5. O Gabinete de Comunicação Social 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 pelo Gabinete de Comunicação Social 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.

O resultado será comunicado formalmente às agências participantes.

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

ANEXO III - BRIEFING

Introdução:

A Prefeitura Municipal de Rondonópolis-MT, por meio do Gabinete de Comunicação Social e da Secretaria Municipal de Mobilidade Urbana, deseja lançar uma campanha publicitária voltada à conscientização da população sobre segurança no trânsito e melhoria da mobilidade urbana no município.

Essa iniciativa está diretamente alinhada com o Plano de Governo da atual gestão, que prevê investimentos significativos em infraestrutura viária, transporte público e educação para o trânsito, visando tornar a cidade mais segura e eficiente.

O trânsito em Rondonópolis enfrenta dificuldades históricas relacionadas ao crescimento acelerado da cidade, ao aumento da frota de veículos e à falta de cultura de respeito às normas de circulação viária. A campanha surge como um instrumento estratégico para sensibilizar motoristas, motociclistas, ciclistas, pedestres e usuários do transporte público quanto à importância de um trânsito mais consciente e colaborativo.

Cenário atual do trânsito em Rondonópolis:

- População: mais de 250 mil habitantes segundo o IBGE;
- Frota de veículos: 180 mil veículos registrados, sendo 90 mil motocicletas;
- Crescimento da frota: O número de veículos cresceu mais de 35% nos últimos 10 anos, sem que a malha viária acompanhasse essa expansão proporcionalmente;
- Acidentes em 2023: mais de 1.500 acidentes registrados (aumento de 12% em relação a 2022);
- Acidentes com mortes em 2024: 59 vidas foram perdidas no trânsito (aumento de 55,26% em relação a 2023);
- Principais causas: Excesso de velocidade, uso do celular ao volante, avanço do sinal vermelho e desrespeito às faixas de pedestres e às normas de trânsito;
- Locais com maior índice de acidentes: Avenidas Fernando Corrêa da Costa, Lions Internacional e Presidente Médici.

Além disso, há congestionamentos frequentes nas principais vias de acesso e no centro da cidade, dificuldades na integração do transporte coletivo com outros modais, problemas na infraestrutura para ciclistas e pedestres e baixa adesão ao transporte público, devido à sua percepção como ineficiente. Isso tudo, somado, leva a impactos negativos na qualidade de vida da população e reduz o crescimento do desenvolvimento econômico da cidade, onde o aumento do tempo médio no deslocamento das pessoas prejudica a produtividade e o bem-estar, atrasos no transporte público afetam diretamente os trabalhadores e estudantes, além do aumento da poluição e dos gases poluentes causados pelo crescimento da frota individual e pela falta de incentivos a transportes sustentáveis. Essas informações foram consolidadas a partir dos "Estudos de Mobilidade e Circulação Urbana e Rural" realizados em Rondonópolis, disponibilizados no site da Prefeitura (https://www.rondonopolis.mt.gov.br/plano-diretor/materiais/).

Obrigações Legais:

Considerando que a Prefeitura Municipal de Rondonópolis-MT, além da obrigação legal de promover a comunicação pública e campanhas educativas sobre trânsito e mobilidade urbana, tem este tema como prioridade, previsto no Plano de Gestão, que está sendo posto em prática desde o início de 2025, no começo da atual administração.

Código de Trânsito Brasileiro (Lei nº 9.503/1997)

- **Art. 75:** Obriga os municípios a realizarem campanhas educativas regulares e permanentes sobre segurança no trânsito.
- **Art. 320:** Determina que parte da arrecadação de multas seja destinada à educação para o trânsito.

Lei da Mobilidade Urbana (Lei nº 12.587/2012)

- **Art. 18:** Obriga os municípios a incentivar a conscientização sobre o uso responsável dos modais urbanos.

Plano Diretor de Rondonópolis

- **Art. 45:** Exige que mudanças na mobilidade sejam amplamente divulgadas à população.

Ou seja, a realização desta campanha não é apenas uma ação estratégica, mas um dever legal da Prefeitura, garantindo transparência e a construção de uma cidade mais segura, produtiva e organizada, demonstrando total compromisso com a mudança que a população espera.

Ações em Andamento:

Embora ainda não tenha havido tempo hábil para a implementação de grandes obras de mobilidade na cidade, a atual gestão já trabalha em ações estruturantes para melhorar a mobilidade urbana, tais como:

- Novos corredores exclusivos para ônibus, reduzindo tempo de deslocamento.
- Revitalização de ciclovias e ampliação de áreas destinadas a pedestres.
- Semáforos inteligentes e faixas elevadas para garantir maior segurança viária.
- Fiscalização mais rigorosa para reduzir infrações como excesso de velocidade e estacionamento irregular.

Assim, a atual gestão entende que a comunicação é um importante instrumento para a melhoria da qualidade de vida e um fator estratégico para a evolução da mobilidade urbana em Rondonópolis, sendo crucial para a redução de acidentes e a melhoria do fluxo viário.

Objetivos da Campanha:

Reduzir acidentes de trânsito e promover um trânsito mais seguro e organizado.

Objetivos Específicos:

- Informar e conscientizar motoristas, motociclistas, ciclistas e pedestres.
- Promover o respeito às novas infraestruturas viárias.

- Fomentar o uso do transporte público e de modais sustentáveis.

Público-alvo:

- Motoristas e motociclistas
- Pedestres e ciclistas
- Jovens e futuros condutores
- Usuários do transporte público
- Empresas e indústrias

Abrangência da Campanha:

- Município de Rondonópolis-MT.

Duração da Campanha:

- 60 dias.

Investimentos e obrigatoriedades:

O orçamento total disponível é de R$ 800.000,00 (oitocentos mil reais) para produção e veiculação.

A campanha deve conter, obrigatoriamente:

- 01 (um) filme de 30 segundos;
- 01 (um) spot de 30 segundos para rádio;
- 01 (um) anúncio impresso para jornal ou revista;
- 01 (uma) peça de mídia out of home;
- 01 (uma) peça de não mídia;

As peças devem conter, obrigatoriamente, assinatura da Prefeitura de Rondonópolis, cujo manual de aplicação e uso da marca encontra-se disponível em https://www.rondonopolis.mt.gov.br/orgaos-municipais/gabinete-de-comunicacao- social/

Recursos Próprios de Comunicação:

- Site oficial da Prefeitura de Rondonópolis: https://www.rondonopolis.mt.gov.br
- Página oficial do Facebook: https://www.facebook.com/prefrondonopolis
- Instagram (@prefrondonopolis) https://www.instagram.com/prefrondonopolis

ANEXO IV – TERMO DE RESPONSABILIDADE

TERMO DE RESPONSABILIDADE

1. Eu, ..., Matrícula nº ....., lotado no ....., integrante da Equipe de Apoio do Agente de Contratação responsável pelo processamento do presente processo licitatório – Concorrência nº 01/2025 realizado pelo(a) Secretaria Municipal de Governo/Gabinete de Comunicação para a contratação de agência(s) de propaganda, regido pelas Leis nº 12.232/2010 e nº 14.133/2021) comprometo-me a manter o sigilo e a confidencialidade com relação a qualquer informação relacionada ao presente certame, em especial aquelas vinculadas às etapas de Habilitação e de apresentação e julgamento das Propostas Técnicas e de Preços das licitantes, até a sua divulgação e/ou publicação na imprensa oficial.

2. Comprometo-me, ainda, a:

I – NÃO divulgar ou fazer uso de informações privilegiadas, em proveito próprio ou de terceiro, obtida em razão das atividades exercidas nesta Agente de Contratação;

II – NÃO exercer atividade que implique a prestação de serviços ou a manutenção de relação de negócio com pessoa física ou jurídica que tenha interesse na Concorrência em comento;

III – NÃO exercer, direta ou indiretamente, atividade que em razão da sua natureza seja incompatível com as atribuições da Agente de Contratação que agora ocupo;

IV – NÃO atuar, ainda que informalmente, como procurador, consultor, assessor ou intermediário de interesses privados, relacionados ao objeto da Concorrência;

V – NÃO praticar ato em benefício de interesse de pessoa jurídica de que eu participe ou ainda meu cônjuge, companheiro ou parentes, consanguíneos ou afins, em linha reta ou colateral, até o terceiro grau, e que possa ser por mim beneficiados ou influir em meus atos nesta Agente de Contratação;

VI – NÃO receber presente de quem tenha interesse em minha decisão como membro desta Agente de Contratação, fora dos limites e condições estabelecidos em regulamento; e

VII – NÃO prestar serviços, ainda que eventuais, a empresa de comunicação cuja atividade seja contratada pelo ente responsável pela presente contratação.

Data: _____ de _____de _____

_____

Assinatura Servidor

ANEXO V - SUBCOMISSÃO TÉCNICA

ORIENTAÇÕES GERAIS

Esta concorrência para contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agências de propaganda é processada e julgada pelo Agente de Contratação, com exceção da análise e julgamento das Propostas Técnicas.

A subcomissão Técnica analisará as propostas e informações apresentadas nos invólucros nº 01 (Plano Comunicação Publicitária - Via não identificada) e nº 03 (Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação) para julgamento das Propostas Técnicas das licitantes.

A Subcomissão Técnica tem total autonomia na pontuação das propostas técnicas, observadas as disposições estabelecidas no Edital, não estando submetida a nenhuma autoridade, interferência ou influência do órgão/entidade contratante ou de origem, nem da Agente de Contratação, nas questões relacionadas ao julgamento técnico.

Todos os membros da Subcomissão Técnica participam de forma igualitária, com o mesmo poder de decisão e expressão, independentemente do cargo/função exercida no órgão/entidade contratante ou de origem.

A pontuação de cada proposta refletirá seu grau de adequação às exigências deste Edital, resultante da comparação direta entre as propostas em cada quesito ou subquesito.

A(s) proposta(s) que demonstrar(em) maior adequação ao Edital, em cada quesito ou subquesito, receberão(ão) a maior pontuação, até a máxima permitida. As demais propostas receberão pontuação inferiores, correspondentes ao grau de adequação de cada uma ao Edital, tendo como referência a(s) proposta(s) que demonstra(em) maior adequação ao Edital.

Todas as informações relativas às Propostas Técnicas e ao seu julgamento são de caráter estritamente sigiloso e não devem ser divulgadas pelos integrantes da Subcomissão Técnica, externamente ou internamente no órgão/entidade contratante ou de origem, antes da publicação na imprensa oficial do resultado do julgamento técnico, pela Agente de Contratação.

Assinatura

Rondonópolis, ___ de _____ de 2025.

_____

Assinatura

ANEXO VI

DECLARAÇÃO DE NÃO EMPREGAR MENOR
(MODELO)

(Nome da Empresa)

.....

inscrito no CNPJ nº ....., por intermédio de seu representante legal o(a) Sr(a) ...., portador(a) da Carteira de Identidade n° ..... e do CPF Nº ....., DECLARA, para fins do disposto no inciso VI do art. 68 da Lei nº 14.133, que não emprega menor de dezoito anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre e não emprega menor de dezesseis anos.

Ressalva: emprega menor, a partir de quatorze anos, na condição de aprendiz.

.....

Local e data.

.....

(identificação e assinatura do representante legal)

ANEXO VII

DECLARAÇÃO DE INEXISTÊNCIA DE FATOS IMPEDITIVOS À HABILITAÇÃO

(MODELO)

(Nome da Empresa)

....., CNPJ nº ....., sediada em ....., DECLARA, sob as penas da lei, que até a presente data, inexistem fatos impeditivos para sua habilitação no presente processo licitatório, ciente da obrigatoriedade de declarar ocorrências posteriores.

(local),. ..... de ..... de 20__.

.....

Nome completo e assinatura do declarante

CPF e RG

ANEXO VIII

DECLARAÇÃO DE INEXISTÊNCIA NO QUADRO DE DIRIGENTES DA ENTIDADE, DE SERVIDORES COM VÍNCULOS NO PODER PÚBLICO

(MODELO)

(Nome da Empresa).....CNPJ nº ....., sediada em ....., DECLARA, sob as penas da lei, que até a presente data, para os fins a quem possa interessar que não possui em seu quadro de dirigentes: membro dos Poderes Executivo, Legislativo, Judiciário, do Ministério Público, do Tribunal de Contas do Estado, bem como seus respectivos cônjuges, companheiros, e parentes em linha reta, colateral ou por afinidade até o 2º grau.

(local),. ..... de ..... de 20__.

Nome completo e assinatura do declarante

CPF e RG

ANEXO IX

MINUTA DE CONTRATO

CONTRATO Nº ____ /2025 QUE, ENTRE SI, CELEBRAM A PREFEITURA MUNICIPAL DE RONDONÓPOLIS/MT E A EMPRESA _____, PARA OS FINS QUE SE ESPECÍFICA.

Aos..... dias do mês de ..... de 2025, de um lado a PREFEITURA MUNICIPAL DE RONDONÓPOLIS, Estado de Mato Grosso, inscrita no CNPJ/MF sob o nº _____, neste ato representado por seu Prefeito, XXXXXXX, brasileiro(a), XXXXXXXXXX, R.G. nº _____, CPF nº _____, no uso de suas atribuições, neste ato denominado simplesmente CONTRATANTE, e de outro lado, a XXXXXXXXXXXXX, inscrita no CNPJ/MF sob o nº _____, com sede na Cidade de Rondonópolis/MT, neste ato representada por seu XXXXXXXXXX, _____, _____, portador da carteira de identidade nº _____, e do CPF/MF n.º _____, denominada simplesmente CONTRATADA, tendo em vista o resultado da CONCORRÊNCIA PRESENCIAL nº. ___/2025, do Tipo MELHOR TÉCNICA, consoante e decidido no processo administrativo nº _____, resolvem celebrar o presente Contrato de Prestação de Serviços sujeitando-se às normas da Lei de Licitações e Contratos Administrativos nº 14.133, de 1º de abril de 2021, alterações e Decreto Municipal nº 11.685, de 18 de setembro de 2024 Lei Federal nº 12.232/2010; da Lei Federal nº 4.680/1965; do Decreto Federal nº 57.690/1966, alterado pelo Decreto Federal nº 4563/2002 e demais normas aplicáveis legislações pertinentes, com suas alterações posteriores, mediante as seguintes cláusulas e condições:

CLÁUSULA PRIMEIRA - DO OBJETO

1.1 - O contrato tem por objeto é a "CONTRATAÇÃO DE AGÊNCIA DE PROPAGANDA PARA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE PARA A PREFEITURA MUNICIPAL DE RONDONÓPOLIS/MT, SEM SEGREGAÇÃO EM LOTES, ITENS OU CONTAS PUBLICITÁRIAS, CUJAS ATIVIDADES TEM POR OBJETIVO: ESTUDO, PLANEJAMENTO, CONCEITUAÇÃO, CONCEPÇÃO, CRIAÇÃO, INTERMEDIAÇÃO, SUPERVISÃO, EXECUÇÃO DE ESTRATÉGIAS, E AÇÕES DE PUBLICIDADE E ATIVIDADES COMPLEMENTARES, COM FINALIDADE DE DAR PUBLICIDADE E DIVULGAR AS POLÍTICAS PÚBLICAS, DIVULGAR AS AÇÕES DE GOVERNO DO PODER EXECUTIVO MUNICIPAL DA ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA DIRETA E INDIRETA, PARA INFORMAR O PÚBLICO EM GERAL, ASSIM COMO A DISTRIBUIÇÃO DA COMUNICAÇÃO AOS VEÍCULOS E DEMAIS MEIOS DE DIVULGAÇÃO, CONFORME ART. 37, § 1º DA CONSTITUIÇÃO FEDERAL" Para atender a demanda gerada nas unidades de Governo sob gestão do Município de Rondonópolis-MT.

1.2 - Este Contrato vincula-se ao EDITAL DE CONCORRÊNCIA PRESENCIAL nº. __/2025 e seus anexos, e à manifestação de interesse comercial apresentada pela Contratada para o referido processo licitatório.

1.3 – Para execução do objeto do presente instrumento, a CONTRATANTE pagará a CONTRATADA o valor total de R$ (.....).

1.4 - A contratada terá o prazo de até 05 (cinco) dias úteis para assinatura do contrato, contados do dia seguinte ao da convocação.

CLÁUSULA SEGUNDA – DO REGIME DE EXECUÇÃO

2.1 - Na execução do objeto deverão serem observadas as condições estabelecidas no termo de referência, edital e seus anexos;

2.2. A execução do objeto licitado terá início após a assinatura deste, expedição de nota de empenho e a emissão da ordem de fornecimento.

CLÁUSULA TERCEIRA - DA VIGÊNCIA E EXECUÇÃO

3.1 - A vigência do presente Contrato **será de 12 (doze) meses** ou de acordo com a demanda enviada pela Secretaria Municipal de Governo, sendo admitida sua prorrogação.

CLÁUSULA QUARTA - DA RESPONSABILIDADE DO CONTRATANTE

4.1 - Para garantir o fiel cumprimento do objeto contratado são obrigações das partes a observâncias de todas as cláusulas contidas neste contrato:

4.1.1 Cumprir todos os compromissos financeiros assumidos com a parte contratada.

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

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

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

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

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

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

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

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

4.1.9 O Gabinete de Comunicação Social será o responsável pela aprovação dos serviços solicitados antes da execução final, determinando assim a produção e veiculação.

4.1.10 Instituir processo de seleção interna entre as contratadas, cuja metodologia será disposta no Anexo I deste Termo de Referência.

a. O processo de seleção interna para a escolha da contratada que executará a ação publicitaria seguirá a metodologia prevista anexa ao Termo, que poderá vir a ser substituída a critério da administração pública a qualquer tempo, seguindo-se todos os critérios técnicos e legais.

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

4.1.12 O contratante fiscalizará o cumprimento contratual e verificará o cumprimento das especificações técnicas, podendo rejeitá-los, no todo ou em parte, quando não corresponderem ao desejado ou especificado.

4.1.13 Manter divulgadas em sítio próprio aberto na rede mundial de computadores as informações sobre a execução do contrato, com os nomes dos fornecedores de serviços especializados e veículos de comunicação, garantindo o acesso livre às informações de quaisquer interessados. Nomear Gestores e Fiscais para executar a fiscalização do contrato e registrar em relatório todas as ocorrências, deficiências, irregularidades ou falhas que porventura serão observadas na execução dos serviços, objetivando a imediata correção.

CLÁUSULA QUINTA - DO LOCAL, DAS CONDIÇÕES DE EXECUÇÃO DO OBJETO.

5.1 O local e as condições de execução, obedecerão ao seguinte:

5.1.1 O objeto do presente contrato deverá ser executado pela Contratada.

5.1.2 O início da execução dos serviços deverá ocorrer após a emissão de ordem de serviço.

5.1.3 O objeto do contrato será recebido pela Contratante, nos termos da Lei nº 14.133 de 2021, dispostos no inciso I de seu artigo 140:

5.1.4 A execução de todos os serviços obedecerá rigorosamente às indicações constantes do Termo de Referência, definido no item 1.1 do Edital.

5.1.5 Sem prejuízo da plena responsabilidade da Contratada perante a Contratante ou terceiros, os serviços estarão sujeitos a mais ampla e irrestrita fiscalização, a qualquer hora, em toda a área abrangida pelos serviços.

5.1.6 A fiscalização da Contratante solucionará todos os impasses quanto à refazer ou não, os serviços que forem prestados de maneira insatisfatória, ficando a seu cargo os critérios para tal. Qualquer alteração feita ao Termo de Referência, após aprovação da CONTRATANTE, deverá ser registrada no livro "Livro Diário".

5.1.7 A Contratada facilitará o acesso da fiscalização da Contratante. Antes de iniciar qualquer serviço, a Contratada pedirá anuência expressa da fiscalização da Contratante.

5.1.8 À fiscalização da Contratante fica assegurado o direito de:

5.1.8.1 Exigir o cumprimento de todos os itens e subitens do Termo de Referência.

5.1.8.2 Rejeitar todo e qualquer serviço mal executado ou diferente ao especificado em Termo de Referência, estipulando prazo para refazimento do serviço, sob ônus da CONTRATADA.

5.1.9 A presença da fiscalização da Contratante no SERVIÇO não diminuirá a responsabilidade da Contratada.

5.1.10 Fiscalização da Contratante acompanhará a execução dos serviços, decidindo sobre aceitação ou rejeição dos mesmos.

5.1.11 As exigências da Fiscalização da Contratante fundamentar-se-ão neste CONTRATO, nas legislações e normas vigentes, no Termo de Referência fornecido pela CONTRATANTE à CONTRATADA e nas regras de boa técnica.

5.1.12 Caberá ao fiscal da Contratante o dever de:

5.1.12.1 Fazer cumprir todas as disposições das especificações constantes do Termo de Referência e deste CONTRATO.

5.1.12.2 Decidir sobre as divergências de Termo de Referência e especificações, motivando a escolha tomada.

5.1.13 Cabe à Contratada zelar pela proteção dos empregados e de terceiros, durante a execução dos serviços, seguindo as recomendações expressas na legislação pertinente e normas regulamentadoras quanto à segurança e medicina do trabalho.

5.1.14 As especificações para a execução do objeto do presente contrato são aquelas constantes do Termo de Referência disponibilizado quando da publicação do Edital a que este CONTRATO se vincula, às quais a Contratada declara ter pleno conhecimento e está obrigada a cumprir fielmente.

5.1.15 Caberá a Contrata o dever de:

5.1.15.1 Executar todos os serviços relacionados com o objeto deste Termo de Referência, no prazo mínimo de 5 (cinco) dais úteis ou outro prazo indicado pelo Gabinete de Comunicação Social da Prefeitura Municipal de Rondonópolis.

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

5.1.15.3 A Contratada somente poderá contratar e executar qualquer serviço ou aquisição de bens com fornecedores de serviços especializados e veículos de divulgação desde que estes contenham todas as certidões de regularidade fiscal exigida conforme lei n° 14.133/21 e demais normativas vigentes.

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

5.1.15.5 Comprometer-se com a perfeita execução de todos os serviços solicitados, obedecendo ao brieffing e recomendações do Gabinete de Comunicação Social. 18.18. Com relação aos processos de criação, as comprovações e demais documentações necessárias devem ser inseridas no processo em até 5 (cinco) dias após a aprovação final das peças.

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

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

5.1.15.8 Cumprir os prazos de apresentação de peças, serviços ou campanhas no prazo mínimo de até 5 (cinco) dias úteis.

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

CLÁUSULA SEXTA – DAS RESPONSABILIDADE DA CONTRATADA

6.1 São de Responsabilidade do contratado:

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

6.1.2. Os serviços a serem realizados devem ser submetidos à aprovação do Gabinete de Comunicação Social responsável pela determinação de sua produção e veiculação.

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

6.1.4. Preencher ao longo da execução do contrato os requisitos de qualificação indicados no ANEXO I (Termo de Referência) deste edital.

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

6.1.6. Manter sigilo quanto às informações que necessitem.

6.1.7. Ter os trabalhos executados pelos profissionais indicados na comprovação da capacidade de atendimento da Proposta Técnica, que será apresentada no certame licitatório, admitida a substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior, mediante a aprovação prévia do Gabinete de Comunicação Social da Prefeitura Municipal de Rondonópolis.

6.1.8. Ter um representante na cidade de Rondonópolis para atender as demandas do Gabinete de Comunicação Social.

6.1.9. Executar todos os serviços relacionados com o objeto deste Termo de Referência, de acordo com os prazos e demais especificações estipuladas pelo Gabinete de Comunicação Social da Prefeitura Municipal de Rondonópolis.

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

6.1.11. A Contratada somente poderá contratar e executar qualquer serviço ou aquisição de bens com fornecedores de serviços especializados e veículos de divulgação desde que estes contenham todas as certidões de regularidade fiscal exigida conforme lei n° 14.133/21 e demais normativas vigentes.

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

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

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

6.1.15. Elaborar, sempre que solicitado pelo contratante, estudo de práticas e investimentos em mídia que vêm sendo empregados.

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

6.1.17. Promover o cadastro de todos os fornecedores junto ao sistema próprio da Prefeitura Municipal de Rondonópolis.

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

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

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

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

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

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

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

6.1.25. O não cumprimento dos prazos estabelecidos provocam à contratada sanções e penalidades, de acordo com o previsto neste Termo de Referência.

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

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

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

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

6.1.30. Criar e manter sempre atualizado um banco de imagens, em nuvem ou em outro servidor de fácil e pronto acesso à equipe do Gabinete de Comunicação Social, assumindo as despesas relacionadas, com as fotos, ilustrações, cenas e demais imagens produzidas durante a execução do contrato, assim como as informações referentes a direitos autorais e prazos de validade desses direitos.

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

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

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

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

6.1.35. Comunicar imediatamente ao Gabinete de Comunicação Social toda e qualquer alteração, rejeição, cancelamento ou interrupção de um ou mais serviços contratados, além de adotar instantaneamente providências para solucionar a pendência.

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

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

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

6.1.39. 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.

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

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

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

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

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

6.1.45. Permitir que a auditoria interna da Prefeitura Municipal de Rondonópolis ou auditoria externa por ela indicada tenham acesso a todos os documentos relacionados à execução do contrato.

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

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

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

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

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

6.1.51. Como obrigação da contratada, que sempre que o fornecimento de bens ou serviços tiver valor superior a 0,5% do valor global do contrato, a contratada deverá proceder à coleta de orçamentos de fornecedores em envelopes fechados, que serão abertos em sessão pública, convocada e realizada sob fiscalização do contratante.

6.1.52. O processo de seleção interna para a escolha da contratada que executará a ação publicitaria seguirá a metodologia prevista no Anexo I, que poderá vir a ser substituído a critério da administração pública a qualquer tempo, seguindo-se todos os critérios técnicos e legais.

6.1.53. 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.

6.1.54. Aceitar, nas mesmas condições contratuais, acréscimos ou supressões que se fizerem necessárias, em até 25% (vinte e cinco por cento) do valor atualizado, facultada a supressão além desse limite, mediante acordo entre as partes.

6.1.55. Conceder livre acesso aos seus documentos e registros contábeis, referentes ao objeto da licitação, para os servidores ou empregados do órgão ou entidade contratante e dos órgãos de controle interno e externo.

6.1.56.A CONTRATADA tem a obrigação de as exigências de reserva de cargos prevista em lei, bem como em outras normas específicas, para pessoa com deficiência, para reabilitado da Previdência Social e para aprendiz; (Lei 14.133/2021 art. 92 – inciso XVII).

CLÁUSULA SÉTIMA - DOS ENCARGOS CONTRATUAIS

7.1 A Contratada é responsável por todas as providências e obrigações referentes à legislação específica de acidentes de trabalho quando de ocorrências em que forem vítimas os seus funcionários, no desempenho dos serviços ou em conexão com eles.

7.2 A Contratada, como única e exclusiva responsável pela execução do serviço objeto do presente contrato, responde civil e criminalmente por todos os danos, perdas e prejuízos que, por dolo ou culpa sua, de seus empregados, prepostos ou terceiros, no exercício de suas atividades, vier, direta ou indiretamente, causar ou provocar à Contratante ou a terceiros.

7.3 À Contratada, caberá as despesas referentes aos serviços gerais, transporte horizontal e vertical, mão-de-obra e materiais, inclusive para instalações provisórias, e todos os encargos sociais, trabalhistas, previdenciários e fiscais decorrentes. Cabe ainda à Contratada, por todo o período de execução do serviço, manter os seguros que por Lei se tornarem exigíveis.

7.4 A inadimplência da Contratada com referência aos mesmos não transfere à Contratante a responsabilidade por seu pagamento, nem poderá onerar o objeto do contrato.

CLÁUSULA OITAVA - DO VALOR

8.1 Ao presente contrato é dado o valor global de R$_____, __ (_____).

CLÁUSULA NONA - DAS CONDIÇÕES DE PAGAMENTO

9.1 O pagamento será efetuado à empresa contratada no prazo de até 30 dias corridos, de acordo com o Termo de Referência, contados da data do atesto da área competente da Prefeitura.

9.2 Não serão efetuados quaisquer pagamentos à contratada enquanto perdurar pendência de liquidação de obrigações em virtude de penalidades ou inadimplência contratual.

9.3 A liberação do pagamento ficará condicionada a consulta prévia ao Sistema de Cadastro de Fornecedores da Prefeitura, para verificação da situação da contratada em relação às condições de habilitação e qualificação exigidas na licitação, cujo resultado será impresso e juntado aos autos do processo.

9.4 A contratante pagará a(s) Nota(s) Fiscal (is) / Fatura(s) somente à contratada, vedada sua negociação com terceiros ou sua colocação em cobrança bancária.

9.5 A contratada deverá fazer constar na(s) Nota(s) Fiscal (is) / Fatura(s) correspondente(s), emitida(s) sem rasura, e em letra legível, o número de sua conta-corrente, o nome do Banco e a respectiva Agência.

9.6 A Secretaria Municipal de Governo, somente atestará a execução dos serviços e liberará a(s) Nota(s) Fiscal (is) / Fatura(s) para pagamento, quando cumpridas, pela Contratada, todas as condições pactuadas e cumpridas eventuais pendências.

9.7 Havendo erro na(s) Nota(s) Fiscal (is) / Fatura(s) ou circunstâncias que impeçam a liquidação da despesa, a mesma será devolvida e o pagamento ficará pendente até que a Contratada providencie as medidas saneadoras. Nesta hipótese, o prazo para pagamento iniciar-se-á após a regularização da situação ou reapresentação de novo documento fiscal, não acarretando qualquer ônus para a Contratante.

9.8 Os pagamentos serão efetuados por etapas de serviços executados.

9.9 Para efeito de pagamento das etapas de serviços executados, será observado o que estabelecem as legislações vigentes do INSS e FGTS quanto aos procedimentos de retenção, recolhimento e fiscalizações relativas aos encargos previdenciários.

9.10 O Índice de atualização monetária a ser utilizado no respectivo contrato será o Índice de Preço ao Consumidor Amplo – IPCA, com a data base da publicação da tabela SINAPRO/MT. Os requisitos de atualizações monetárias entre a data de adimplemento e efetivo pagamento estarão sujeitos ao Índice de Preço ao Consumidor Amplo – IPCA, inclusive para os casos inferiores a 1 (um) ano. 20.1.

9.11 Os pagamentos serão realizados depois da conclusão dos serviços, por campanha, após a devida prestação de contas pela agência e atestado de conformidade realizado pelo Gabinete de Comunicação Social, responsável pela fiscalização dos serviços, devidamente acompanhado de Regularidade Fiscal e Trabalhista.

9.12. 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.

9.13. A contratada fará jus ao desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, em conformidade com o Artigo 11 da Lei nº 4.680/1965 e do Decreto nº 57.690/1966. O desconto será concedido à contratada pela concepção, execução e/ou distribuição de publicidade, por ordem e conta do contratante, nos termos do Artigo 19 da Lei nº 12.232/2010. A contratada repassará ao contratante o valor correspondente a 3% (três por cento) da mídia efetivamente contratada, correspondente ao repasse parcial dos honorários de veiculação, pagos pelos veículos de comunicação às agências de propaganda, em conformidade com o Anexo B das Normas Padrão da Atividade Publicitária (CENP).

9.14. Pertencem ao contratante as vantagens obtidas em negociação de compra de mídia diretamente ou por intermédio de agência de propaganda, incluídos os eventuais descontos e as bonificações na forma de tempo, espaço ou reaplicações que tenham sido concedidos pelo veículo de divulgação.

9.15. 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.

9.16. O faturamento dos serviços de produção externa e veiculação deverá ser feito pelos prestadores de serviços em nome da Prefeitura Municipal de Rondonópolis, aos cuidados da contratada, por meio da qual os pagamentos serão efetuados.

9.17. A contratada cede ao contratante os direitos autorais patrimoniais de uso das ideias (incluídos estudos, análises e planos), peças, campanhas e demais materiais de publicidade, de sua propriedade exclusiva, de seus empregados ou prepostos, concebidos, criados ou produzidos em decorrência do contrato firmado. Os direitos são cedidos de forma total e definitiva para uso no Brasil ou em qualquer país do mundo.

9.18. As despesas com deslocamento de profissionais da contratada, de seus representantes ou de fornecedores por ela contratados serão de responsabilidade da contratada.

9.19. Quando houver ressarcimento de despesas com deslocamento de profissionais da contratada, de seus representantes ou de fornecedores por ela contratados, deverão ser apresentados comprovantes de passagens, diárias, locação de veículos, entre outros, a fim de aferir a execução da despesa e assegurar seu pagamento pelo líquido, sem incidência de honorários.

9.20. Para liquidação e pagamento das despesas referente aos serviços previamente autorizados pelo contratante, as contratadas deverão apresentar:

a) a correspondente Nota Fiscal, sem rasura e em letra legível, em nome da Prefeitura Municipal de Rondonópolis, CNPJ nº 03.347.101/0001-21, contendo o número do contrato, além das seguintes informações da contratada: nome, CNPJ e dados bancários;

b) quando referente a pagamento de fornecedores e veículos, a Nota Fiscal também deverá conter o número do documento que autorizou a veiculação ou produção do serviço e o nome empresarial do fornecedor com seu respectivo CNPJ;

c) ainda no que tange o pagamento de fornecedores e veículos, a contratada deverá apresentar os documentos comprobatórios de execução/entrega dos serviços, os documentos comprobatórios da demonstração do valor devido ao veículo, da sua tabela de preços, dos descontos negociados, dos correspondentes pedidos de inserção e da efetiva veiculação, sendo este último providenciado sem ônus ao contratante.

9.21. Os documentos de cobrança e comprovação da execução e entrega dos serviços para a liquidação e pagamento de despesas deverão ser encaminhados para o Gabinete de Comunicação Social, caso se constate algum

erro ou irregularidade na documentação, poderão ser devolvidos para as devidas correções ou aceitos com a glosa da parte considerada indevida.

9.22. O contratante não pagará nenhum acréscimo pelo adiamento do pagamento em razão de pendência no cumprimento de quaisquer cláusulas constantes no contrato. Antes da efetivação do pagamento, será verificada a comprovação de regularidade da contratada, dos fornecedores e veículos de divulgação referente a:

a) Certificado de Regularidade de Situação do Fundo de Garantia do Tempo de Serviço – FGTS;

b) Certidão Negativa de Débitos relativos aos Tributos Federais e Dívida Ativa da União;

c) Certidões negativas de tributos estaduais e municipais, emitidas pelos respectivos órgãos;

d) Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas – CNDT.

9.23. A contratada apresentará os documentos comprobatórios de manutenção de suas condições de habilitação, sempre que próximos aos seus respectivos vencimentos.

9.24. O contratante não acata cobrança por meio de duplicatas ou qualquer outro título em bancos ou outras instituições do gênero.

9.25. O contratante não é obrigado a pagar nenhum compromisso assumido pela contratada que lhe venha ser cobrado diretamente por terceiros.

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

9.27. O contratante, na condição de fonte retentora, fará o desconto e o recolhimento dos tributos e contribuições a que seja obrigado pela legislação vigente ou superveniente, referente aos pagamentos que efetuar.

CLÁUSULA DÉCIMA – MODELO DE GESTÃO DO CONTRATO:

10.1 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;

10.2. Em caso de impedimento, ordem de paralisação ou suspensão do contrato, o cronograma de execução será prorrogado automaticamente pelo tempo correspondente, anotadas tais circunstâncias mediante termo aditivo;

10.3. As comunicações entre o órgão ou entidade e a contratada devem ser realizadas por escrito sempre que o ato exigir tal formalidade, admitindo-se o uso de mensagem eletrônica para esse fim;

10.4. O órgão ou entidade poderá convocar representante da empresa para adoção de providências que devam ser cumpridas de imediato;

10.5. Após a assinatura do contrato ou instrumento equivalente, a Prefeitura Municipal de Rondonópolis 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.

10.6. Outros detalhes acerca da gestão e fiscalização do contrato firmado entre a Prefeitura Municipal de Rondonópolis e as agências de publicidade poderão constar no instrumento contratual.

FISCALIZAÇÃO

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

10.8. O gestor do contrato coordenará a atualização do processo de acompanhamento e fiscalização do contrato contendo todos os registros formais da execução no histórico de gerenciamento do contrato, a exemplo da ordem de serviço, do registro de ocorrências, das alterações e das prorrogações contratuais, elaborando relatório com vistas à verificação da necessidade de adequações do contrato para fins de atendimento da finalidade da administração;

10.9. O gestor do contrato acompanhará os registros realizados pelos fiscais do contrato, de todas as ocorrências relacionadas à execução do contrato e as medidas adotadas, informando, se for o caso, à autoridade superior àquelas que ultrapassarem a sua competência;

10.10. 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;

10.11. O gestor do contrato emitirá documento comprobatório da avaliação realizada pelos fiscais quanto ao cumprimento de obrigações assumidas pelo contratado, com menção ao seu desempenho na execução contratual, baseado nos indicadores objetivamente definidos e aferidos, e a eventuais penalidades aplicadas, devendo constar do cadastro de atesto de cumprimento de obrigações;

10.12. O gestor do contrato tomará providências para a formalização de processo administrativo de responsabilização para fins de aplicação de sanções, a ser conduzido pela comissão de que trata o art. 158 da Lei nº 14.133, de 2021, ou pelo agente ou pelo setor com competência para tal, conforme o caso;

10.13. O gestor do contrato deverá elaborar relatório final com informações sobre a consecução dos objetivos que tenham justificado a contratação e eventuais condutas a serem adotadas para o aprimoramento das atividades da Administração;

10.14. O gestor do contrato deverá enviar a documentação pertinente ao setor de contratos para a formalização dos procedimentos de liquidação e pagamento, no valor dimensionado pela fiscalização e gestão nos termos do contrato.

CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA - DA DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA

11.1 As despesas decorrentes da execução do objeto do presente CONTRATO no exercício de 2025, no valor de R$ _____ (_____), correrão à conta do orçamento da Contratante, consignados através dos seguintes elementos:

PREVISÃO: 2025

ÓRGÃO: 02 – PREFEITURA MUNICIPAL DE RONDONÓPOLIS

UNIDADE: 025 – GABINETE DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

FUNÇÃO PROGRAMÁTICA: 04.131.2303.2350 – MANUTENÇÃO DAS ATIVIDADES DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

ELEMENTO DE DESPESA: 3.3.90.39.00.00 – OUTROS SERVIÇOS DE TERCEIROS – PJ

FONTE: 1.500.0000000

REDUZIDO: 999

11.2 Para os exercícios subsequentes, as despesas correrão à conta dos orçamentos respectivos, em conformidade com o Plano Anual.

CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA - DA GARANTIA DA CONTRATAÇÃO

12.1 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.

CLÁUSULA DÉCIMA TERCEIRA - DAS PENALIDADES

13.1 – Pela inexecução total ou parcial das obrigações decorrentes da execução do objeto a ser contratado, a Contratante, poderá aplicar à contratada, segundo a extensão da falta ensejada, as seguintes sanções, observado o disposto nos inciso 1º a 4º do artigo 156 da Lei de Licitações e Contratos Administrativos nº 14.133/2021.

I - Advertência;

a) No caso de 2ª advertência, por razão de medição, mediante prévia e ampla defesa, aplicar-se-á, multa no importe de 5% (cinco por cento) da respectiva medição.

b) Em caso de reincidência da advertência, com aplicação da multa do inciso anterior, poderá ser aplicado a penalidade nos termos do artigo 156, da Lei n.º 14.133 de 2021.

II – Multa;

a) No caso de desistência da manifestação de interesse, após a fase de habilitação, sem motivo justo aceito pelo Agente de Contratação ou do gestor do contrato, aplicar-se-á multa no valor de 5% (cinco por cento) do valor global do contrato.

III - Impedimento de Licitar e Contratar

c) Suspensão temporária do direito de participar de licitações e impedirá o responsável de licitar ou contratar no âmbito da Administração Pública direta e indireta do ente federativo que tiver aplicado a sanção, pelo prazo máximo de 3 (três) anos.

IV - Declaração de inidoneidade para licitar ou contratar.

13.1.1 – Será aplicada multa de 0,03 % (três centésimos por cento) por dia de atraso na execução dos serviços, incidentes sobre o valor do serviço a que se referir a infração, aplicada em dobro a partir do décimo dia de atraso até o trigésimo dia, quando a CONTRATANTE poderá decidir pela continuidade da multa ou rescisão contratual, aplicando-se na hipótese de rescisão a multa pecuniária prevista no subitem 13.1.2 infra, sem prejuízo da aplicação das penas previstas nos incisos III e IV da cláusula 13.1.

13.1.2 – Será aplicada multa de 20% (vinte por cento) do valor do contrato, nas hipóteses de rescisão contratual por inexecução total do contrato, caracterizando-se quando houver reiterado descumprimento de obrigações contratuais, quando a entrega for inferior a 50% (cinquenta por cento) do contratado ou quando o atraso ultrapassar o prazo limite de trinta dias, estabelecido no subitem 13.1.1 supra.

13.2 – O valor correspondente a qualquer multa aplicada à CONTRATADA, respeitado o princípio do contraditório e da ampla defesa, deverá ser depositado no prazo máximo de 10 (dez) dias, após o recebimento da notificação, na forma definida pela legislação, em favor da CONTRATANTE, ficando a empresa obrigada a comprovar o pagamento, mediante a apresentação da cópia do recibo do depósito efetuado.

13.2.1 – Decorrido o prazo de 10 (dez) dias para recolhimento da multa, o débito será acrescido de 1% (um por cento) de juros de mora por mês/fração, inclusive referente ao mês da quitação/consolidação do débito, limitado o pagamento com atraso em até 60 (sessenta) dias após a data da notificação, após o qual, o débito poderá ser cobrado judicialmente.

13.3 – No caso de a CONTRATADA ser credora de valor suficiente ao abatimento da dívida, a CONTRATANTE poderá proceder ao desconto da multa devida na proporção do crédito.

13.4 – Se a multa aplicada for superior ao total dos pagamentos eventualmente devidos, a CONTRATADA responderá pela sua diferença, podendo esta ser cobrada judicialmente.

13.5 – As multas não têm caráter indenizatório e seu pagamento não eximirá a CONTRATADA de ser acionada judicialmente pela responsabilidade civil derivada de perdas e danos junto à CONTRATANTE, decorrentes das infrações cometidas.

13.6 – Para efeitos de aplicação de multas, às infrações são atribuídos graus, de acordo com as tabelas 1 e 2 do Anexo I - Termo de Referência/Executivo.

13.7 A falha na execução contratual restará configurada quando:

13.8. 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

13.9. 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 Rondonópolis, 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 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 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 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 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	LEVE	POR OCORRÊNCIA

	arquivos digitais; Rádio – cópias em arquivos digitais; Mídia impressa e outros materiais publicitários – cópias em arquivos digitais, com arquivos em alta resolução e finalizados.		
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

13.10. 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.

CLÁUSULA DÉCIMA QUARTA - DAS ALTERAÇÕES

14.1 O presente instrumento de CONTRATO poderá ser alterado, com as devidas justificativas, de acordo com os casos previstos no capítulo VII, - Da Alteração dos Contratos e dos Preços, da Lei nº 14.133 de 2021.

CLÁUSULA DÉCIMA QUINTA – DA EXTINÇÃO E DOS MOTIVOS PARA RESCISÃO

15.1 A extinção do presente instrumento ocorrerá de acordo com o previsto no Artigo 137 da Lei nº 14.133 de 2021, no que couber.

15.2 A inexecução total ou parcial do CONTRATO enseja a sua extinção, com as consequências contratuais e legais previstas na Lei nº 14.133 de 2021.

15.3 O presente contrato poderá ser rescindido caso ocorra um dos motivos previstos nos artigos 137 e 138 da Lei nº 14.133 de 2021. A extinção será de acordo com o art. 139 e acarretará as consequências do art. 156, todos da Lei nº 14.133 de 2021. e suas alterações.

15.4 A extinção, por algum dos motivos previstos, não dará à CONTRATADA o direito a indenização a qualquer título, independente de interpelação judicial ou extrajudicial.

15.5 Fica expressamente acordado que, em caso de extinção, nenhuma remuneração será cabível, a não ser o ressarcimento de despesas autorizadas pelo CONTRATANTE e, comprovadamente realizadas pela CONTRATADA, previstas no presente contrato.

15.6 Em caso de cisão, incorporação ou fusão da CONTRATADA com outras empresas, caberá ao CONTRATANTE decidir pela continuidade do presente contrato.

CLÁUSULA DÉCIMA SEXTA - DO REAJUSTAMENTO, REPACTUAÇÃO, REVISÃO, SUPRESSÕES E ACRÉSCIMOS:

16.1 Em havendo alteração unilateral do contrato que aumente os encargos da Contratada, a Contratante deverá reestabelecer, por aditamento, o equilíbrio econômico-financeiro inicial, nos termos preceituados pelo art. 90 da Lei nº 14.133 de 2021.

16.2 A variação do valor contratual, as atualizações, compensações ou penalizações financeiras decorrentes das condições de pagamento nele previstas, bem como o empenho de dotações orçamentárias suplementares até o limite do seu valor corrigido, não caracterizam alteração do mesmo, podendo ser registrados por simples apostila, dispensando a celebração de aditamento.

16.3. Durante a vigência do Contrato, os preços inicialmente contratados são fixos e irreajustáveis pelo prazo de um ano contado da data do orçamento estimado;

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

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

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

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

16.4 O prazo para respostas dos pedidos de repactuação de preços, restabelecimento do equilíbrio econômico-financeiro, será de no máximo 60 (sessenta) dias a contar da data da solicitação, conforme § 4º do Art. 175 do Decreto Municipal de nº 11.685, de 18 de setembro de 2023.

CLÁUSULA DÉCIMA SÉTIMA – DA LEI GERAL DE PROTEÇÃO DE DADOS – LGPD

17.1 A contratada deverá cumprir a Lei nº 13.709, de 14 de agosto de 2018 (LGPD), quanto a todos os dados pessoais a que tenham acesso em razão do certame ou do contrato administrativo que eventualmente venha a ser firmado, a partir

da apresentação da manifestação de interesse no procedimento de contratação, independentemente de declaração ou de aceitação expressa.

17.2 Os dados obtidos CONTRATADA somente poderão ser utilizados para as finalidades que justificaram seu acesso e de acordo com a boa-fé e com os princípios do art. 6º da LGPD.

17.3 É vedado o compartilhamento com terceiros dos dados obtidos fora das hipóteses permitidas em Lei.

17.4 A Administração deverá ser informada no prazo de 5 (cinco) dias úteis sobre todos os contratos de sub-operação firmados ou que venham a ser celebrados pelo Contratado.

17.5 Terminado o tratamento dos dados nos termos do art. 15 da LGPD, é dever do Contratado eliminá-los, com exceção das hipóteses do art. 16 da LGPD, incluindo aquelas em que houver necessidade de guarda de documentação para fins de comprovação do cumprimento de obrigações legais ou contratuais e somente enquanto não prescritas essas obrigações.

17.6 É dever do Contratado orientar e treinar seus empregados sobre os deveres, requisitos e responsabilidades decorrentes da LGPD.

17.7 O Contratado deverá exigir de sub-operadores e subcontratados o cumprimento dos deveres da presente cláusula, permanecendo integralmente responsável por garantir sua observância.

17.8 O Contratado deverá prestar, no prazo fixado pelo Contratante, prorrogável justificadamente, quaisquer informações acerca dos dados pessoais para cumprimento da LGPD, inclusive quanto a eventual descarte realizado.

17.9 Bancos de dados formados a partir de contratos administrativos, notadamente aqueles que se proponham a armazenar dados pessoais, devem ser mantidos em ambiente virtual controlado, com registro individual rastreável de tratamentos realizados (LGPD, art. 37), com cada acesso, data, horário e registro da finalidade, para efeito de responsabilização, em caso de eventuais omissões, desvios ou abusos.

17.9.1 Os referidos bancos de dados devem ser desenvolvidos em formato interoperável, a fim de garantir a reutilização desses dados pela Administração nas hipóteses previstas na LGPD.

17.11 O contratado está sujeito a ser alterado nos procedimentos pertinentes ao tratamento de dados pessoais, quando indicado pela autoridade competente, em especial a ANPD por meio de opiniões técnicas ou recomendações, editadas na forma da LGPD.

17.12 Os contratos e convênios de que trata o § 1º do art. 26 da LGPD deverão ser comunicados à autoridade nacional.

CLÁUSULA DÉCIMA OITAVA - DOS CASOS OMISSOS

18.1 Este contrato se regula pela Lei nº 14.133 de, pelas suas Cláusulas e pelos preceitos de direito público, aplicando-se, supletivamente, os princípios da teoria geral de contratos e as disposições de direito privado.

CLÁUSULA DÉCIMA NONA - DA ANÁLISE

19.1 A minuta do presente instrumento de CONTRATO foi previamente examinada pela Procuradoria Geral do Município de Rondonópolis/MT, conforme determina a legislação em vigor.

CLÁUSULA VIGÉSIMA- DA PUBLICAÇÃO

20.1 A publicação resumida deste instrumento no Diário Oficial do Município no sítio eletrônico do Portal Nacional de Contratações Públicas – PNCP, no site da Prefeitura Municipal de Rondonópolis, que é condição indispensável para sua eficácia, será providenciada pela Administração até o quinto dia útil do mês seguinte ao de sua assinatura, para ocorrer no prazo de vinte dias daquela data.

CLÁUSULA VIGÉSIMA PRIMEIRA - DO FORO

21.1 Fica eleito o Foro da Comarca de Rondonópolis/MT para dirimir quaisquer dúvidas oriundas das obrigações previstas neste Contrato, com renúncia expressa de qualquer outro por mais privilegiado que seja.

E por estarem assim, justos e contratados, firmam o presente instrumento em três vias de igual teor e forma, na presença das testemunhas abaixo assinadas.

Rondonópolis/MT, XX/XX/2025.

_____

Nome completo do prefeito

Contratante:

Contratada:

TESTEMUNHAS:

Nome: CPF: R.G.

Nome: CPF: R.G.