



## CÂMARA MUNICIPAL DE RONDONÓPOLIS

**CONCORRÊNCIA Nº 001/2025**

**CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE PRESTADOS POR INTERMÉDIO DE  
AGÊNCIAS DE PROPAGANDA**

## **SUMÁRIO**

- 1. DISPOSIÇÕES INICIAIS**
- 2. OBJETO**
- 3. VALOR CONTRATUAL E RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS**
- 4. CONDIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO**
- 5. RETIRADA DO EDITAL**
- 6. ESCLARECIMENTOS SOBRE O EDITAL**
- 7. IMPUGNAÇÃO DO EDITAL**
- 8. CREDENCIAMENTO DE REPRESENTANTES**
- 9. ABERTURA DA LICITAÇÃO**
- 10. RECEBIMENTO DOS INVÓLUCROS**
- 11. CONTEÚDOS INVÓLUCROS**
- 12. PROCEDIMENTOS LICITATÓRIOS**
- 13. JULGAMENTO DA PROPOSTA TÉCNICA**
- 14. JULGAMENTO DA PROPOSTA DE PREÇO**
- 15. JULGAMENTO FINAL DAS PROPOSTA TÉCNICA E PREÇO**
- 16. ANÁLISE DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO**
- 17. RECURSOS ADMINISTRATIVOS**
- 18. ADJUDICAÇÃO, HOMOLOGAÇÃO E TERMO DE CONTRATO**
- 19. GARANTIA DE EXECUÇÃO**
- 20. DAS OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA E DO CONTRATANTE**
- 21. DA REMUNERAÇÃO E FORMA DE PAGAMENTO**
- 22. COMISSÃO DE CONTRATAÇÃO E SUBCOMISSÃO TÉCNICA**
- 23. DIVULGAÇÃO DOS ATOS LICITATÓRIOS**
- 24. DAS INFRAÇÕES ADMINISTRATIVAS E SANÇÕES**
- 25. DAS DISPOSIÇÕES GERAIS**

## **ANEXOS**

- ANEXO I – PLANILHA DA PROPOSTA DE PREÇO**
- ANEXO II – TERMO DE REFERÊNCIA**
- ANEXO III – MODELO DE CARTA DE CREDENCIAMENTO**
- ANEXO IV – MODELO DE DECLARAÇÃO DE CUMPRIMENTO DE REQUISITOS LEGAIS**
- ANEXO V – MODELO DE ATESTADO DE CAPACIDADE TÉCNICA**
- ANEXO VI – MODELO DE DECLARAÇÃO FUTURA CONTRATAÇÃO DE PROFISSIONAL**
- ANEXO VII – MINUTA DO CONTRATO**
- ANEXO VIII – ESTUDO TÉCNICO PRELIMINAR**
- ANEXO IX – PLANILHA DE PONTUAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA – INVÓLUCRO “1”**
- ANEXO X – PLANILHA DE PONTUAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA – INVÓLUCRO “3”**
- ANEXO XI – BRIEFING**
- ANEXO XII – METODOLOGIA PARA SELEÇÃO INTERNA DAS AGÊNCIAS**

## CÂMARA MUNICIPAL DE RONDONÓPOLIS

### EDITAL DE CONCORRÊNCIA N° 001/2025

#### 1. DISPOSIÇÕES INICIAIS

**1.1.** O município de Rondonópolis, por intermédio da Câmara Municipal de Rondonópolis, tendo como interessada a Secretaria Legislativa de Comunicação Social, torna público a quem possa interessar que de ordem do Exmo. Senhor Presidente, acha-se aberta a **CONCORRÊNCIA**, na forma **PRESENCIAL**, critério de julgamento **TÉCNICA E PREÇO**, para contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agências de propaganda.

**1.2.** A presente licitação reger-se-á pelas disposições da legislação vigente, em especial do art. 37, § 1º, da Constituição da República Federativa do Brasil, da Lei Federal nº 12.232, de 29 de abril de 2010, e complementarmente pela Lei Federal nº 14.133, de 1º de abril de 2021, além das disposições específicas contidas na Lei Federal nº 4.680, de 18 de junho de 1965, das Normas-Padrão da Atividade Publicitária e do Relacionamento Comercial entre Anunciantes, Agências de Publicidade e Veículos de Comunicação, do Código de Ética dos Profissionais de Propaganda e suas alterações, bem como do Código Brasileiro de Autorregulamentação Publicitária e, no que couber, de acordo com as normas do CENP – Conselho Executivo das Normas-Padrão, observadas, sempre e preferencialmente, as condições e disposições deste Edital e seus Anexos.

**1.3.** Adota-se a forma presencial para esta licitação, cujas sessões públicas serão registradas em ata e gravadas em áudio e vídeo e a gravação será juntada aos autos do processo licitatório depois de seu encerramento, na forma do disposto no artigo 17, § 2º, da Lei Federal nº 14.133, de 1º de abril de 2021. A opção pela realização de forma presencial deste certame decorre e leva em consideração as especificidades da forma de apresentação das propostas técnicas, em que uma via do Plano de Comunicação será apresentada de forma apócrifa para ser avaliada e julgada por Subcomissão Técnica especialmente composta, pelo que ainda não haverá garantias técnicas para que a via não identificada do Plano de Comunicação - caso fosse utilizada a forma eletrônica de apresentação das propostas - não seja identificada antecipadamente, podendo invalidar o próprio certame.

#### 2. OBJETO

**2.1.** A presente licitação tem por objeto a Contratação de 02 (duas) agências de propaganda para a prestação de serviços contínuos de publicidade para a Câmara Municipal de Rondonópolis/MT, sem segregação em lotes, itens ou contas publicitárias, para executar um conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação, a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação com o objetivo de promover os serviços e identidade visual, dar publicidade, divulgar as políticas públicas e as ações deste Parlamento Municipal, ao público em geral, conforme Art. 37, §1º, da Constituição Federal, de 1988.

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

**2.2.1.** à produção e à execução técnica das peças e projetos publicitários criados.

**2.2.2.** ao planejamento e execução de pesquisas e outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias, sobre os resultados das campanhas realizadas e das campanhas em desenvolvimento, relacionados à publicidade institucional, inclusive de utilidade pública da Câmara.

**2.2.3.** à criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando à expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias desenvolvidas.

**2.3.** Não se confundem com o objeto desta licitação, estando, portanto, fora da contratação, as atividades de promoção, patrocínio, relações públicas, assessorias de comunicação e de imprensa e aquelas que tenham por finalidade a realização de eventos festivos.

**2.3.1.** Não se incluem no conceito de patrocínio, o patrocínio de mídia – assim entendido os projetos de veiculação em mídia ou em instalações, dispositivos e engenhos que funcionem como veículo de divulgação – e o patrocínio da transmissão de eventos esportivos, culturais ou de entretenimentos comercializados por veículo de divulgação.

### **3. VALOR CONTRATUAL E RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS**

**3.1.** O valor da contratação decorrente deste Edital está estimado em R\$ 4.000.000,00 (quatro milhões de reais), pelos primeiros 12 (doze) meses.

**3.2.** A previsão de recursos orçamentários para a execução dos serviços consta da Lei Orçamentária Anual - ano da LOA, nas seguintes funcionais programáticas:

#### **PREVISÃO: 2025**

**01 – CÂMARA MUNICIPAL DE RONDONÓPOLIS**

**004 – SECRETARIA LEGISLATIVA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL**

**01.032.1010.2477 – REALIZAR A PUBLICIDADE INSTITUCIONAL E PUBLICIDADE DE UTILIDADE PÚBLICA**

**3.3.90.39.00.00 – OUTROS SERVIÇOS DE TERCEIROS – PESSOA JURÍDICA**

**87 – SERVIÇO DE PUBLICIDADE DE UTILIDADE PÚBLICA – PESSOA JURÍDICA**

**88 – SERVIÇO DE PUBLICIDADE INSTITUCIONAL – PESSOA JURÍDICA**

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

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

**3.5.** No interesse da Câmara Municipal de Rondonópolis, a contratada ficará obrigada 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 Federal nº 14.133, de 1º de abril de 2021.

**3.6.** Se a Câmara Municipal de Rondonópolis optar pela prorrogação do contrato que vier a ser assinado serão consignadas nos próximos exercícios, na Lei Orçamentária Anual, as dotações necessárias ao atendimento dos pagamentos previstos.

**3.7.** Na prorrogação, a Câmara Municipal de Rondonópolis poderá renegociar os percentuais de remuneração praticados com a contratada, com base em pesquisa de preços, com vistas a obter maior vantajosidade para a Administração, no decorrer da execução do contrato.

**3.8.** A Câmara Municipal de Rondonópolis poderá, a qualquer tempo, efetuar revisão dos percentuais de remuneração praticados com a contratada, em decorrência de eventual redução identificada nas referências de mercado, por meio de termo aditivo.

### **4. DAS CONDIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO**

**4.1.** Poderão participar desta licitação as empresas interessadas, do ramo de atividade pertinente ao objeto licitado, que tenham atividades disciplinadas pela Lei Federal nº 4.680, de 18 de junho de 1965 e obtido o Certificado de Qualificação Técnica de Funcionamento, nos termos do artigo 4º da Lei Federal nº 12.232, de 29 de abril de 2010, doravante designadas concorrentes, que atenderem a todas as exigências deste Edital e de seus Anexos, sendo vedada a participação de:

**4.1.1.** consórcios de empresas, qualquer que seja sua forma de constituição, por não ser necessária a co-participação de duas ou mais agências em consórcio. A criação e produção publicitária é realizada pela equipe técnica da agência de publicidade, que atua de forma concatenada, desde a concepção da peça/campanha publicitária, mediante o desenvolvimento

de planejamento prévio, de pesquisas quanto ao público-alvo, o mercado e os meios de comunicação, não sendo aconselhável que tais serviços sejam desenvolvidos por equipes diferentes das agências em consórcio. Torna-se não só desnecessária, como inconveniente a prestação de tais serviços através de consórcio de agências.

**4.1.2.** empresas declaradas inidôneas para licitar ou contratar com qualquer órgão ou entidade da Administração Pública Direta ou Indireta Federal, Estadual ou Municipal.

**4.1.3.** empresas impedidas de licitar ou contratar com a Administração Pública Direta e/ou Indireta na forma do disposto no parágrafo 4º do art. 156 da Lei Federal nº 14.133, de 1º de abril de 2021.

**4.1.4.** empresas com falência decretada.

**4.1.5.** empresas das quais participe, seja a que título for, servidor público deste Poder Legislativo Municipal ou integrantes da Subcomissão Técnica.

**4.1.6.** empresas cujo objeto social não seja pertinente e compatível com o objeto deste Edital.

**4.2.** No caso de participação de Microempresas (ME) ou Empresas de Pequeno Porte (EPP), com fundamento nos art. 42 a 49 da Lei Complementar nº 123/2006, as licitantes deverão comprovar, quando da apresentação dos documentos de habilitação, sua condição como tal.

**4.3.** As disposições a que se refere este item, nos termos do artigo 4º da Lei Federal nº 14.133, de 1º de abril de 2021, não são aplicadas:

**4.3.1.** no caso de licitação para contratação dos serviços publicitários, cujo valor estimado a título de remuneração da licitante, for superior à receita bruta máxima admitida para fins de enquadramento como empresa de pequeno porte.

**4.3.2.** A obtenção de benefícios a que se refere o caput do artigo 4º da Lei Federal nº 14.133, de 1º de abril de 2021, fica limitada às microempresas e às empresas de pequeno porte que, no ano calendário de realização da licitação, ainda não tenham celebrado contratos com a Administração Pública cujos valores somados extrapolarem a receita bruta máxima admitida para fins de enquadramento como empresa de pequeno porte.

**4.3.3.** deverá a licitante apresentar, quando da fase de habilitação, declaração de observância desse limite referido no subitem 4.3.2.

**4.4.** Para a análise das condições de participação das licitantes, também serão realizadas consultas ao Cadastro Nacional de Empresas Inidôneas e Suspensas (CEIS), no Portal da Transparência mantido pela Controladoria Geral da União - CGU, ao Cadastro Nacional de Empresas Punitas (Cnep) e ao Cadastro Nacional de Condenações Cíveis por Ato de Improbidade Administrativa (CADIN), disponível no Portal do Conselho Nacional de Justiça - CNJ, em harmonia com o disposto no Acórdão nº 1793/2011 - do Plenário, do Tribunal de Contas da União – TCU e no Art. 91, § 4º da Lei Federal nº 14.133, de 1º de abril de 2021.

**4.5.** A participação na presente Concorrência implica tacitamente para a licitante: na confirmação de que recebeu da Comissão de Contratação o Invólucro padronizado – **INVÓLUCRO “1”** - e as informações necessárias ao cumprimento desta concorrência; a aceitação plena e irrevogável de todos os termos, cláusulas e condições constantes deste Edital e seus anexos; 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 Câmara Municipal de Rondonópolis, em nenhum caso, responsável por esses custos, independentemente da condução ou do resultado do presente processo licitatório.

## **5. RETIRADA DO EDITAL**

**5.1.** O Caderno de Licitação, composto de Edital e Anexos, será divulgado e mantido em seu inteiro teor:

**5.1.1.** no Portal Nacional de Contratações Públicas (PNCP), endereço <https://www.gov.br/pncp/pt-br>.

**5.1.2.** no site oficial da Câmara Municipal de Rondonópolis, endereço <https://www.rondonopolis.mt.leg.br/> - **PORTAL DA TRANSPARÊNCIA/LICITAÇÕES.**

**5.2.** Poderá ainda ser retirado por meio de mídia digital (pen drive e outros), na sede da Câmara Municipal de Rondonópolis no endereço Rua Cafelândia, nº 434, Bairro La Salle, nesta cidade de Rondonópolis, Estado de Mato Grosso, dentro do horário de funcionamento, de segunda-feira à sexta-feira, das 08h às 17h, exceto feriados e pontos facultativos.

**5.3.** O interessado em participar desta licitação se obriga a acompanhar no sítio eletrônico do Portal Nacional de Contratações Públicas – PNCP, no Diário Oficial Eletrônico de Rondonópolis (DIORONDON-E), no Diário Oficial de Contas do TCE/MT e no site oficial da Câmara Municipal de Rondonópolis, no endereço eletrônico citado no subitem 5.1.2., eventuais alterações ou informações sobre esta concorrência.

## **6. ESCLARECIMENTOS SOBRE O EDITAL**

**6.1.** Eventuais esclarecimentos sobre esta Concorrência serão prestados pela Comissão de Contratação, desde que os pedidos tenham sido protocolados com antecedência mínima de 03 (três) dias úteis em relação à data de abertura do certame, considerada esta como a data da primeira sessão pública.

**6.2.** As solicitações deverão ser formuladas exclusivamente por escrito, por meio eletrônico, encaminhadas ao e-mail [licitacao@rondonopolis.mt.leg.br](mailto:licitacao@rondonopolis.mt.leg.br), ou por petição protocolada presencialmente junto ao setor responsável da Câmara Municipal de Rondonópolis no endereço, Rua Cafelândia, nº 434, Bairro La Salle, nesta cidade de Rondonópolis, Estado de Mato Grosso, dentro do horário de funcionamento do órgão, de segunda-feira à sexta-feira, das 08h às 17h, exceto feriados e pontos facultativos.

**6.3.** As respostas aos pedidos de esclarecimento serão enviadas aos interessados via e-mail e divulgadas em sítio eletrônico oficial, sem identificação da licitante consultante e de seu representante, no prazo de até 3 (três) dias úteis.

**6.3.1.** A cada resposta será atribuído um número seqüencial, a partir do número 01 (um), e se ensejar alguma modificação quanto aos critérios de habilitação ou formulação das propostas, será obedecido o disposto no § 1º, art. 55, da Lei Federal nº 14.133, de 2021.

**6.4.** A licitante não deverá utilizar, em eventual pedido de esclarecimento, qualquer termo, informação ou referência que possa possibilitar a identificação de sua Proposta Técnica, relativa ao **INVÓLUCRO “1” – “Plano de Comunicação Não Identificado”**.

**6.4.1.** Tal vedação visa assegurar o anonimato e a imparcialidade na análise técnica, conforme os princípios que regem os processos licitatórios e as disposições da Lei Federal nº 12.232, de 2010.

**6.5.** É de responsabilidade das licitantes interessadas acessarem regularmente o endereço eletrônico indicado no subitem 5.1.2. deste Edital, a fim de tomarem conhecimento das perguntas, respostas e demais esclarecimentos publicados, mantendo-se devidamente atualizadas quanto às informações relacionadas a esta Concorrência.

**6.6.** Os pedidos de esclarecimento não constituem, necessariamente, motivo para alteração da data e do horário previstos neste Edital para o recebimento das Propostas Técnica e de Preços, cabendo à Administração avaliar a pertinência de eventual modificação de prazos, a seu exclusivo critério.

## **7. IMPUGNAÇÃO DO EDITAL**

**7.1.** Qualquer pessoa é parte legítima para impugnar este Edital por irregularidade na aplicação da Lei Federal nº 14.133, de 1º de abril de 2021, devendo o pedido ser protocolado até 3 (três) dias úteis antes da data de abertura do certame, considerada esta como a data da primeira sessão pública.

**7.2.** A resposta à impugnação ou ao pedido de esclarecimento será divulgada em sítio eletrônico oficial no prazo de até 3 (três) dias úteis, limitado ao último dia útil anterior à data da abertura do certame.

**7.3.** As impugnações deverão ser formuladas exclusivamente por escrito, com a identificação completa da empresa impugnante, assinatura de seu representante legal e cópia simples do documento que comprove esta condição, encaminhadas por meio eletrônico ao e-mail [licitacao@rondonopolis.mt.leg.br](mailto:licitacao@rondonopolis.mt.leg.br), ou por petição protocolada presencialmente junto ao setor responsável da Câmara Municipal de Rondonópolis no endereço, Rua Cafelândia, nº 434, Bairro La Salle, nesta cidade de Rondonópolis, Estado de Mato Grosso, dentro do horário de funcionamento do órgão, de segunda-feira à sexta-feira, das 08h às 17h, exceto feriados e pontos facultativos.

**7.3.1.** No instrumento de impugnação, é obrigatória a menção a documento pessoal, em se tratando de pessoa física, e de CNPJ, em se tratando de pessoa jurídica, mais nome para contato, endereço, telefone e endereço eletrônico.

**7.4.** Decairá do direito de impugnar os termos deste Edital, perante esta Câmara Municipal, a licitante que não o fizer até o terceiro dia útil antecedente à abertura da sessão pública.

**7.5.** As impugnações não suspendem os prazos previstos no certame.

**7.6.** A concessão de efeito suspensivo à impugnação é medida excepcional e deverá ser motivada pela Comissão de Contratação, nos autos do processo de licitação.

**7.7.** Acolhida a impugnação oposta contra o ato convocatório será designada nova data para a realização da sessão pública da Concorrência.

## **8. CREDENCIAMENTO DOS REPRESENTANTES**

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

**8.2.** Os documentos mencionados no subitem anterior deverão ser apresentados “**FORA DOS INVÓLUCROS**” que contêm as Propostas Técnica e de Preços e comporão os autos do processo licitatório.

**8.3.** Considera-se como representante da licitante qualquer pessoa habilitada, nos termos do estatuto ou contrato social, do instrumento de procuração, público ou particular, ou documento equivalente.

**8.3.1.** Quando a representação for exercida por Representante Legal (sócio, proprietário, dirigente ou assemelhado), o documento de credenciamento consistirá, conforme o caso: instrumento constitutivo da empresa registrado na Junta Comercial, ou tratando-se de sociedade simples, o ato constitutivo registrado no Cartório de Registro Civil de Pessoas Jurídicas, no qual estejam expressos seus poderes para exercer direitos e assumir obrigações em decorrência de tal investidura.

**8.3.2.** Caso a empresa seja representada por procurador, o credenciamento deverá ser efetuado mediante a apresentação de instrumento público de procuração ou instrumento particular assinado pelo representante legal, do qual constem poderes específicos para anuir, transigir ou renunciar a direitos em nome da empresa, bem como praticar todos os demais atos pertinentes ao certame.

**8.3.2.1.** No caso de instrumento particular, o instrumento de procuração deverá estar acompanhado de cópia simples do instrumento constitutivo da empresa, que comprove a capacidade do outorgante para constituir mandatário.

**8.3.2.2.** O representante legal e o procurador deverão apresentar cópia simples do documento oficial de identificação que contenha foto de ambos.

**8.3.3.** Entende-se como documento equivalente, a Carta de Credenciamento (Anexo III), que deverá estar acompanhada de cópia simples do instrumento constitutivo da empresa, que comprove a capacidade do outorgante para constituir mandatário.

**8.3.3.1.** O representante legal e o procurador deverão apresentar cópia simples do documento oficial de identificação que contenha foto de ambos.

**8.4.** A licitante que não contar com representante presente na sessão ou, ainda que presente, não puder praticar atos em seu nome por conta da apresentação de documentação defeituosa, ficará impedido de anuir, transigir ou renunciar a direitos em nome da empresa.

**8.5.** 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.

**8.6.** Será admitido apenas 01 (um) representante para cada licitante, sendo que cada um deles poderá representar apenas uma empresa/ licitante.

**8.7.** Caso a licitante não deseje fazer-se representar nas sessões de recepção e abertura, deverá encaminhar as Propostas Técnica e de Preços por meio de portador. Nesse caso, o portador deverá efetuar a entrega dos invólucros diretamente à Comissão de Contratação, na data, hora e local indicados neste edital.

## **9. ABERTURA DA LICITAÇÃO**

**9.1.** No dia, horário e local designados no item 9.2. deste Edital, terá início a sessão pública de processamento desta licitação, que será conduzida pela Comissão de Contratação e realizada em conformidade com a legislação pertinente, devendo os licitantes entregarem, primeiramente, os 04 (quatro) **INVÓLUCROS** distintos e separados, contendo as Propostas Técnica e de Preços.

**9.2.** Os **INVÓLUCROS** com as Propostas Técnica e de Preços serão recebidos como segue:

**Dia:** 04 de dezembro de 2025

**Hora:** às 10h00min (horário local – Rondonópolis - MT)

**Local:** Sala de Licitações da Câmara Municipal de Rondonópolis, estabelecida a Rua Cafelândia, nº 434 – Bairro La Salle, nesta cidade de Rondonópolis – Estado de Mato Grosso.

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

**9.4.** Os invólucros com os Documentos de Habilitação serão recebidos e abertos em dia, local e horário a serem designados pela Comissão de Contratação.

**9.5.** Todas as referências de tempo no Edital, no aviso e durante a sessão pública observarão o horário de Rondonópolis - MT.

## **10. RECEBIMENTO DOS INVÓLUCROS**

**10.1.** No dia, horário e local designados, proceder-se-á o recebimento dos **INVÓLUCROS** “1”, “2”, “3” e “4” contendo a Proposta Técnica e Proposta de Preços, observadas as recomendações abaixo:

### **INVÓLUCRO “1” – Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada**

**10.1.1.** No **INVÓLUCRO “1”** deverá estar acondicionado o **Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada**.

**10.1.1.1.** Só será aceito o **Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada** que estiver acondicionado no invólucro padronizado, fornecido obrigatoriamente pela Câmara Municipal de Rondonópolis, por solicitação da licitante.

**10.1.1.2.** O invólucro padronizado deverá ser retirado pela interessada no endereço, Rua Cafelândia, nº 434, Bairro La Salle, nesta cidade de Rondonópolis, Estado de Mato Grosso, dentro do horário de funcionamento do órgão, de segunda-feira à sexta-feira, das 08h às 17h, exceto feriados e pontos facultativos.

**10.1.1.3.** O invólucro padronizado só será entregue à agência que o solicite formalmente.

**10.1.1.4.** Deverá estar sem fechamento e sem rubrica.

**10.1.1.5. O INVÓLUCRO “1” NÃO PODERÁ:**

a) ter nenhuma identificação.

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

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

d) não deverá ter nenhum escrito, anotação, identificação ou qualquer elemento na parte externa do invólucro.

#### **INVÓLUCRO “2” – Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada**

**10.1.2.** No **INVÓLUCRO “2”** deverá estar acondicionado o **Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada**, que conterá o mesmo teor da via não identificada, sem os exemplos de peças referentes à Idéia Criativa.

**10.1.2.1.** O **INVÓLUCRO “2”** deverá ser opaco, providenciado pela licitante e poderá ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável quanto às informações de que trata, até sua abertura.

**10.1.2.2. NÃO poderá** ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do **Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada - INVÓLUCRO “1”** e possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura deste invólucro.

**10.1.2.3. DEVERÁ** estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

**INVÓLUCRO “2”**

**Proposta Técnica: Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada**

**Razão Social da Licitante**

**CNPJ**

**Concorrência nº 001/2025**

**Câmara Municipal de Rondonópolis – MT**

#### **INVÓLUCRO “3” – Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação**

**10.1.3.** No **INVÓLUCRO “3”** deverão estar acondicionados a Capacidade de Atendimento, o Repertório e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação.

**10.1.3.1.** O **INVÓLUCRO “3”** deverá ser opaco, providenciado pela licitante e poderá ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até sua abertura.

**10.1.3.2. NÃO poderá** ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do **Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada - INVÓLUCRO “1”** que possibilite a identificação da autoria deste.

**10.1.3.3. DEVERÁ** estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

**INVÓLUCRO “3”**

**Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação**

**Razão Social da Licitante**

**CNPJ**

**Concorrência nº 001/2025**

**Câmara Municipal de Rondonópolis – MT**

## INVÓLUCRO “4” – Proposta de Preços

**10.1.4.** A Proposta de Preços deverá ser entregue acondicionada no **INVÓLUCRO “4”**.

**10.1.4.1.** O **INVÓLUCRO “4”** deverá ser opaco, providenciado pela licitante e poderá ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até sua abertura.

**10.1.4.2.** **NÃO** poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do **Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada - INVÓLUCRO “1”** e possibilite a identificação da autoria deste.

**10.1.4.3.** **DEVERÁ** estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

**INVÓLUCRO “4”**  
**Proposta de Preços**  
**Razão Social da Licitante**  
**CNPJ**  
**Concorrência nº 001/2025**  
**Câmara Municipal de Rondonópolis – MT**

## 11. DO CONTEÚDO DOS INVÓLUCROS

**11.1. INVÓLUCRO “1” – Proposta Técnica:** deverá conter o **Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada**, elaborado sem qualquer elemento que identifique a licitante, e incluindo os exemplos de peças da Idéia Criativa, conforme critérios e formatações estabelecidos a seguir:

**11.1.1. 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 sulfite A4, com gramatura 75g/m2 na cor branca, sem logo ou qualquer marca ou sinal que possa identificar a licitante.
- c) conteúdo impresso em papel sulfite A4, com gramatura 75g/m2 na cor branca, orientação retrato.
- d) espaçamentos de 3 cm na margem esquerda e 2 cm na direita, a partir das respectivas bordas.
- e) sem negrito.
- f) títulos, entretítulos, parágrafos e linhas subseqüentes sem recuos.
- g) espaçamento simples entre as linhas.
- h) alinhamento justificado do texto.
- i) texto e numeração de páginas em fonte “Arial”, estilo normal, cor preta automático, tamanho 12 pontos.
- j) numeração de todas as páginas, em fonte “Arial” 12, pelo editor de textos, a partir da primeira página interna, em algarismos arábicos, no centro inferior.
- k) sem identificação da licitante.

**11.1.1.1.** Será composto dos subquesitos Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Idéia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia, elaborado com base no Briefing – ANEXO XI e nas orientações deste Edital, observadas especialmente as seguintes previsões:

**11.1.1.2.** **Raciocínio Básico** será desenvolvido por meio de texto no qual a licitante fará um diagnóstico das necessidades de comunicação publicitária da Câmara Municipal de Rondonópolis, sua compreensão sobre o objeto da licitação e, principalmente, sobre os

desafios ou os problemas, gerais e ou específicos de comunicação expressos no Briefing – ANEXO XI.

**11.1.1.3. Estratégia de Comunicação Publicitária** será desenvolvido por meio de texto no qual a licitante apresentará as linhas gerais de sua proposta para suprir os desafios ou os problemas, gerais e ou específicos de comunicação a serem enfrentados e alcançar os objetivos, gerais e específicos de comunicação expressos no Briefing, compreendendo:

**11.1.1.3.1.** Apresentação e defesa do partido temático e do conceito que, de acordo com seu raciocínio básico, devem fundamentar a proposta de solução publicitária dos problemas específicos de comunicação da Câmara Municipal de Rondonópolis.

**11.1.1.3.2.** Explicitará e defenderá os pontos centrais da Estratégia de Comunicação Publicitária sugerida, especialmente: o que dizer; a quem dizer; como dizer; quando dizer e que meios, instrumentos ou ferramentas de divulgação utilizar.

**11.1.1.4. Idéia Criativa:** apresentação pela licitante de campanha publicitária, observadas as seguintes disposições:

**11.1.1.4.1.** Todas as peças e ou material que compõem a campanha deverão ser listados em uma relação com comentários circunscritos à descrição de cada peça e ou material e à explicitação das funções táticas que deles se pode esperar.

**11.1.1.4.2.** A relação das peças deverá ser apresentada em dois blocos, sendo que no primeiro bloco, deverão ser relacionadas as peças corporificadas, limitadas a 10 (dez) peças e no segundo bloco, as peças não corporificadas, sem número limitado de peças.

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

**11.1.1.4.3.1.** Ser apresentados sob a forma de:

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

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

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

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

**11.1.1.4.5.** Para a produção dos exemplos de peças ou material não serão aceitas capturas de vídeo.

**11.1.1.4.6.** Dentre as peças apresentadas para corporificar objetivamente sua proposta de solução do desafio de comunicação deverão constar, obrigatoriamente os 5 (cinco) tipos de peças exigidos na campanha descrita no Briefing, as quais serão computadas no limite estabelecido no subitem 11.1.1.4.3.2.

**11.1.1.4.7.** Na elaboração do animatic poderão ser inseridas fotos e imagens estáticas, além de trilha, voz de personagens e locução, ressalvado que monstro do VT não está limitado a imagens estáticas, podendo ser apresentado também com imagens em movimento, desde que utilizadas imagens somente geradas em Inteligência Artificial (IA) e ou obtidas em Bancos de Imagem.

**11.1.1.4.8.** Cada exemplo de peça e ou material deverá trazer indicação sucinta (exemplos: “cartaz”, “filme TV”, “spot rádio”, “anúncio revista”, “monstro internet”) destinada a facilitar seu cotejo com a relação de peças e ou material a que se refere o subitem.

**11.1.1.4.9.** Os storyboards animados, animatics, protótipos e monstros poderão ser apresentados em PEN-DRIVE, executáveis no sistema operacional Windows, nos formatos universais, a exemplo de:

**11.1.1.4.9.1.** storyboards animados e animatics, para TV e cinema: avi, mov, Wmv, mpeg, vob;

**11.1.1.4.9.2.** protótipos e monstros, para rádio: mp3, wma;

**11.1.1.4.9.3.** protótipos e monstros, para internet: pdf, jpg, html, mpeg, swf e mov.

**11.1.1.4.10.** Os exemplos de peças e ou material devem ser apresentados **SEPARADAMENTE** do caderno, ter formatos compatíveis com suas características e se adequarem às dimensões do **INVÓLUCRO “1”**. As peças que não se ajustem às dimensões do **INVÓLUCRO “1”** poderão ser dobradas.

**11.1.1.4.11.** As peças gráficas poderão ser impressas em tamanho real ou reduzido desde que não prejudique sua leitura - sem limitação de cores, sem suporte e ou passe-partout, em qualquer tipo de papel A4 ou A3 até 90 gramas.

**11.1.1.4.12.** As peças em formato digital referentes ao quesito idéia criativa **DEVERÃO** ser obrigatoriamente gravadas em **PEN-DRIVE PADRONIZADO**, fornecido pela Câmara Municipal de Rondonópolis, por solicitação da licitante, e acondicionado dentro de envelope igualmente padronizado, também fornecido pela mesma instituição, a fim de garantir o sigilo absoluto da autoria durante o processo de avaliação.

**11.1.1.4.12.1.** Nessas mídias de apresentação (PEN-DRIVE) **NÃO** poderão constar informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação da licitante, ou de qualquer anunciente, somente a marca do seu fabricante.

**11.1.1.4.12.2.** Os arquivos contidos no PEN-DRIVE devem ser nomeados de forma neutra e impessoal, evitando qualquer identificação do proponente. Recomenda-se utilizar nomes genéricos como: storyboard\_animado.mov, monstro\_post\_instagram.jpg, roteiro\_criativo.pdf, entre outros. É terminantemente proibida a inclusão de assinaturas, logotipos, marcas d’água, nomes ou qualquer outro elemento que possa revelar a identidade do participante.

**11.1.1.4.12.3.** No caso de apresentação de várias peças digitais referentes ao quesito Idéia Criativa, estas deverão ser gravadas em PEN-DRIVE **ÚNICO, PADRONIZADO**, fornecido pela Câmara Municipal de Rondonópolis, por solicitação da licitante, e acondicionado dentro de envelope igualmente padronizado, também fornecido pela mesma instituição.

**11.1.1.4.12.4.** O envelope padronizado contendo o **PEN-DRIVE PADRONIZADO** com as peças em formato digital do quesito Idéia Criativa deverá ser apresentado **SOLTO**, sem fechamento, dentro do **INVÓLUCRO “1”**.

**11.1.1.5.** Os textos do Raciocínio Básico, da Estratégia de Comunicação Publicitária e da relação de peças da Ideia Criativa, estão limitados, no conjunto, a 10 (dez) páginas, não computadas nesse limite a capa e contracapa e as páginas eventualmente utilizadas apenas para separação dos subquesitos.

**11.1.1.6. Estratégia de Mídia e Não Mídia** – deverá ser desenvolvida por meio de textos, tabelas, gráficos e ou planilhas nos quais deverá ser apresentada:

**11.1.1.6.1.** Justificativa da estratégia e das táticas recomendadas, em consonância com a estratégia de comunicação publicitária sugerida pela licitante em função da verba referencial indica no Briefing – ANEXO XI.

**11.1.1.6.2.** Simulação de plano de distribuição com todas as peças e ou material constantes da relação prevista no subitem 11.1.1.4.1.

**11.1.1.6.2.1.** Da simulação do plano de distribuição deverá constar um resumo geral com informações mínimas sobre:

- a) período de distribuição das peças e ou material;
- 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 ou na execução técnica de cada peça destinada a veículos de divulgação;
- e) as quantidades a serem produzidas de cada peça e ou material de não mídia;
- f) os valores absolutos e percentuais alocados na produção de cada peça e ou material de não mídia;
- g) os valores absolutos e percentuais alocados na distribuição de cada peça e ou material de não mídia.

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

**11.1.1.6.3.** A simulação do plano de distribuição deverá observar ainda as seguintes condições:

**11.1.1.6.3.1.** os preços das inserções em veículos de comunicação devem ser os de tabela cheia, vigentes na data de publicação do aviso de licitação.

**11.1.1.6.3.2.** deve 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.

**11.1.1.6.3.3.** deve ser desconsiderado os custos internos e os honorários sobre todos os serviços de fornecedores e veículos.

**11.1.1.6.3.4.** para veículos de comunicação e divulgação que não atuem com tabelas de preços publicas, 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, trueviews, taxa de impressão, geração de leads, custo por alcance, cpc, cpe, custo por visualização de vídeo, custo por curtida, entre outros).

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

**11.1.1.6.4.** Os textos, tabelas, gráficos e planilhas da Estratégia de Mídia e não Mídia não têm limitação quanto ao número de páginas, poderão ser editados em cores, ter fontes e tamanhos de fonte habitualmente utilizados nesses documentos, ter qualquer tipo de formatação de margem, ser apresentados em papel A3 dobrado.

## **11.2. INVÓLUCRO “2” – Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada**

**11.2.1.** O Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada, deverá constituir-se em cópia fidedigna do Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada, **SEM** os exemplos de peças publicitárias da Ideia Criativa. Os documentos deverão ser datados e assinados na última página e rubricado nas demais, por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

## **11.3. INVÓLUCRO “3” – Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação**

**11.3.1.** Os documentos e informações deste invólucro **NÃO** poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada que possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do **INVÓLUCRO “2”**.

**11.3.2. Capacidade de Atendimento:** a licitante deverá apresentar os documentos e informações que constituem o quesito em caderno específico, único, orientação retrato, com ou sem uso de cores, com folhas numeradas sequencialmente, a partir da primeira página interna, rubricado em todas as páginas e assinado na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

**11.3.2.1.** Qualquer página com os documentos e informações previstos neste item poderá ser editada em papel A3 dobrado.

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

**11.3.2.3.** A Capacidade de Atendimento será constituída de textos, tabelas, gráficos, diagramas, fotos e outros recursos, por meios dos quais a licitante apresentará:

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

**11.3.2.3.2.** a quantificação e a qualificação sob a forma de currículo resumido (no mínimo, nome, formação e experiência), dos profissionais que poderão ser colocados à disposição da execução do contrato, discriminando-se as áreas de estudo e planejamento, criação, produção de rádio, TV, cinema, internet, produção gráfica, mídia e atendimento.

**11.3.2.3.3.** as instalações, a infraestrutura e os recursos materiais que estarão à disposição para a execução do contrato.

**11.3.2.3.4.** a sistemática de atendimento e discriminará os prazos a serem praticados, em condições normais de trabalho, na criação de peça avulsa ou de campanha e na elaboração de plano de mídia.

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

**11.3.3. Repertório:** a licitante deverá apresentar os documentos, informações, peças e material que constituem o quesito em caderno específico, único, orientação retrato, com ou sem o uso de cores, em formato A4, ou A3 dobrado, com folhas numeradas sequencialmente, a partir da primeira página interna, rubricadas e assinadas na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

**11.3.3.1.** 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 “2”**.

**11.3.3.2.** Não há limitação de número de páginas para apresentação do Repertório.

**11.3.3.3.** O Repertório será constituído de peças e ou materiais concebidos e veiculados, expostos ou distribuídos pela licitante.

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

**11.3.3.4.1.** as peças e ou material devem ter sido veiculados, expostos ou distribuídos a partir de 1º de janeiro de 2017.

**11.3.3.4.2.** as peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD ou PEN-DRIVE, executáveis no sistema operacional Windows, podendo integrar o caderno específico ou ser apresentadas separadamente (soltos).

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

**11.3.3.4.4.** as peças e ou material não podem se referir a ações executadas no âmbito de contratos de prestação de serviços de publicidade de que a Câmara Municipal de Rondonópolis seja ou tenha sido signatário.

**11.3.3.4.5.** para cada peça e ou material previstos neste item, 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, além do título, data de produção, período de veiculação, exposição e ou distribuição e, no caso de veiculação, a menção de pelo menos um veículo que divulgou cada peça.

**11.3.3.4.5.1.** A exigência de ficha técnica para cada peça inserida justifica-se, na medida em que será útil para uma melhor compreensão da solução publicitária proposta, parte importante do julgamento técnico.

**11.3.3.4.6.** A apresentação de peças e ou material em número inferior ao exigido no subitem 11.3.3.4. implica, para este quesito, pontuação máxima proporcional ao número de peças apresentadas.

**11.3.3.4.6.1.** A proporcionalidade a que se refere o subitem 11.3.3.4.6. será obtida mediante a aplicação da regra de três simples em relação à pontuação máxima prevista para o quesito.

**11.3.4. Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação:** a licitante deverá apresentar os documentos e informações que constituem o quesito em caderno específico, único, orientação retrato, com ou sem o uso de cores, em formato A4, com folhas numeradas sequencialmente, a partir da primeira página interna, rubricadas e assinadas na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

**11.3.4.1.** Os documentos e informações e o caderno específico mencionados no subitem precedente não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – via Não Identificada e possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do **INVÓLUCRO “2”**.

**11.3.4.2.** 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 bem sucedidas de problemas de comunicação planejadas e propostas por ela e implementadas por seus clientes. Cada Relato:

**11.3.4.2.1.** será ser elaborado pela licitante, em papel que a identifique;

**11.3.4.2.2.** deverá contemplar nome, cargo ou função e assinatura de funcionário da licitante responsável por sua elaboração;

**11.3.4.2.3.** não pode referir-se a ações publicitárias solicitadas ou aprovadas pela Câmara Municipal de Rondonópolis;

**11.3.4.2.4.** deverá estar formalmente referendado pelo cliente.

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

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

**11.3.4.5.** Os Relatos devem ter sido implementados a partir de 1º de janeiro de 2017.

**11.3.4.6.** Para cada relato, é permitida a inclusão de até 03 (três) peças e ou material, não computados no limite de páginas a que se refere o subitem 11.3.4.2. independentemente do meio de divulgação, tipo ou característica da peça, caso em que, se incluídos:

**11.3.4.6.1.** as peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD ou pen-drive, executáveis no sistema operacional Windows, podendo integrar o caderno específico ou ser apresentados separadamente (soltas).

**11.3.4.6.2.** as peças gráficas poderão integrar o caderno específico mencionado no subitem 11.3.4, ou serem apresentadas separadamente (soltas), preservadas, em qualquer hipótese, a compreensão de seu conteúdo e a indicação de suas dimensões originais: Se apresentadas separadamente (soltas), as peças poderão ter qualquer formato, podendo inclusive ser apresentadas dobradas ou não.

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

**11.3.4.7.** Se a licitante apresentar apenas 1 (um) Relato, sua pontuação máxima, neste quesito, será equivalente à metade da pontuação máxima prevista no Edital.

#### **11.4. INVÓLUCRO “4” – Proposta de Preços**

**11.4.1.** A Proposta de Preço deverá ser elaborada conforme modelo constante do Anexo I deste Edital, informando o percentual de honorários incidentes sobre o preço dos serviços especializados prestados por fornecedores, referentes:

- a) à produção e à execução técnica de peça e ou material;
- b) o planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos, de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas ou a serem realizadas;
- c) criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias;
- d) à intermediação na contratação de mídia digital, no caso em que os veículos não remunerem a agência pelo desconto de agência, na forma do disposto no artigo 11 da Lei Federal nº 4.680/65; e
- e) o desconto a ser concedido nos custos internos, calculados sobre a Tabela Referencial de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Mato Grosso, observando-se ainda que se destina a atender a exequibilidade do contrato, adotando-se os preços de mercado, estabelecidos referencialmente pelas Normas-Padrão da Atividade Publicitária, incorporadas ao sistema legal por força do disposto no Decreto nº 4563/2002 e do disposto no inciso V do artigo 6º da Lei Federal nº 12.232, de 29 de abril de 2010, que dispõe que na apresentação da proposta de preço conterá quesitos representativos das formas de remuneração vigentes no mercado publicitário, evitando-se a inexequibilidade do contrato administrativo que vier a ser firmado:

I - Não será aceito percentual de honorários superior a 15% (quinze por cento) sobre serviços externos de produção; sobre pesquisas e instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento; sobre formas inovadoras de comunicação publicitária e remuneração superior a 20% (vinte por cento) sobre o valor da mídia digital adquirida com a intermediação da agência, nos casos em que os veículos não remunerem a agência pelo Desconto Padrão de Agência.

II – Não será aceito desconto inferior a 30% (trinta por cento) sobre a Tabela Referencial de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Mato Grosso.

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

IV - O percentual de honorários, assim como de desconto proposto será de exclusiva responsabilidade da licitante e não lhe assistirá o direito de pleitear, na vigência do contrato a ser firmado, nenhuma alteração, sob a alegação de erro, omissão ou qualquer outro pretexto.

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

**11.4.2.** A Proposta de Preço deverá ser datada e assinada por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos.

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

**11.4.4.** A classificação das Propostas de Preço observará a ordem crescente dos percentuais apresentados, sendo considerada como a de menor preço aquela que receber maior pontuação, referente ao percentual de honorários mencionados no subitem 11.4.1. e pelo desconto concedido sobre a Tabela de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Mato Grosso.

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

**11.4.5.1.** Caso a licitante fixe um prazo de validade inferior ao exigido no subitem 11.4.5. 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 de Contratação realizará com ela diligência nos termos do Art. 59, § 2º, da Lei Federal nº 14.133/2021, como forma de prorrogar o referido prazo.

**11.4.5.2.** A licitante que não aceitar prorrogar o prazo de validade expirado na abertura dos invólucros com as Propostas de Preços, ou antes do encerramento do certame, será desclassificada.

## **11.5. INVÓLUCRO “5” – Documentos de Habilitação**

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

**11.5.2.** Os documentos de Habilitação deverão estar acondicionados no **INVÓLUCRO “5”** que deverá ser apresentado fechado, rubricado no fecho e deverá conter os seguintes dizeres em sua face externa:

**INVÓLUCRO “5”**  
**Documentos de Habilitação**  
**Razão Social da Licitante**  
**CNPJ**  
**Concorrência nº 001/2025**  
**Câmara Municipal de Rondonópolis – MT**

**11.5.3.** Serão consideradas habilitadas as licitantes que apresentarem os documentos previstos no Termo de Referência e relacionados nos subitens abaixo:

### **11.5.3.1. Habilitação Jurídica**

**11.5.3.1.1.** 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;

**11.5.3.1.2.** os documentos mencionados no subitem anterior 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;

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

**11.5.3.1.4.** 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;

**11.5.3.1.5.** registro comercial, em caso de empresa individual.

### **11.5.3.2. Regularidade Fiscal, Social e Trabalhista**

**11.5.3.2.1.** prova de inscrição no Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas;

**11.5.3.2.2.** prova de regularidade fiscal perante a Fazenda Nacional, mediante apresentação de certidão expedida conjuntamente pela Secretaria da Receita Federal do Brasil (RFB) e pela Procuradoria-Geral da Fazenda Nacional (PGFN), referente aos créditos tributários federais e à Dívida Ativa da União (DAU) por elas administrados, inclusive aqueles relativos à Seguridade Social, nos termos da Portaria Conjunta nº 1.751, de 02 de outubro de 2014, do Secretário da Receita Federal do Brasil e da Procuradora-Geral da Fazenda Nacional;

**11.5.3.2.3.** prova de regularidade com o Fundo de Garantia de Tempo de Serviço (FGTS);

**11.5.3.2.4.** prova de inexistência de débitos inadimplidos perante a Justiça do Trabalho, mediante a apresentação de certidão negativa ou positiva com efeito de negativa, nos termos do Título VII-A da Consolidação das Leis do Trabalho, aprovada pelo Decreto-Lei nº 5.452, de 1º de maio de 1943;

**11.5.3.2.5.** prova de inscrição no cadastro de contribuintes Municipal, relativo ao domicílio ou sede da licitante, pertinente ao seu ramo de atividade e compatível com o objeto contratual;

**11.5.3.2.6.** prova de regularidade com a Fazenda Municipal, do domicílio ou sede da licitante, relativa à atividade em cujo exercício contrata ou concorre;

**11.5.3.2.7.** a prova de regularidade poderá ser feita por Certidão Negativa ou Certidão Positiva com efeitos de Negativa;

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

**11.5.3.2.9.** 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 expresso, exceto se anexada legislação específica indicativa de prazo distinto.

**11.5.3.2.10.** Para as ME ou EPP, nos termos da Lei Complementar nº 123/2006 e alterações, havendo alguma restrição na comprovação da regularidade fiscal, será assegurado o prazo de 5 (cinco) dias úteis, cujo termo inicial corresponderá ao momento em que o proponente for declarado o vencedor do certame, prorrogáveis por igual período, a critério da Administração Pública, para a regularização da documentação, pagamento ou parcelamento do débito, e emissão de eventuais certidões negativas ou positivas com efeito de certidão negativa.

**11.5.3.2.10.1.** A não regularização da documentação, no prazo previsto no item 11.5.3.2.10., implicará decadência do direito à contratação, sem prejuízo das sanções previstas no art. 90, parágrafo 5º da Lei Federal nº 14.133/2021, sendo facultado à Administração convocar as licitantes remanescentes, na ordem de classificação, para a assinatura do contrato, ou revogar a licitação.

**11.5.3.2.10.2.** Em caso de não comprovação da sua condição de ME ou EPP e ou não regularização dos documentos de comprovação da regularidade fiscal, a licitante estará sujeita às penalidades legais, ficando sujeita inclusive ao impedimento de licitar e contratar com a Administração Pública, pelo prazo de até 2 (dois) anos, sem prejuízo das multas previstas no edital.

### **11.5.3.3. Qualificação Técnica**

**11.5.3.3.1.** Comprovação de aptidão para desempenho de atividade pertinente e compatível com o objeto desta licitação, mediante a apresentação de atestado(s) e ou declaração(ões), expedida(s) por pessoa jurídica de direito público ou privado, que comprove o disposto no art. 2º e no seu parágrafo 1º, incisos I e II, da Lei Federal nº 12.232/2010, bem como parágrafo 5º do artigo 67 da Lei Federal nº 14.133/2021.

**11.5.3.3.1.1.** as declarações, atestados ou certidões deverão ser apresentados preferencialmente em papel timbrado da entidade emitente e ou a identificação completa da entidade, incluindo o nome e cargo/função do signatário, assegurando-se a autenticidade, a veracidade e a rastreabilidade das informações prestadas.

**11.5.3.3.2.** Certificado de Qualificação técnica de funcionamento, emitido pelo Conselho Executivo das Normas Padrão (CENP), conforme disposto no Art. 4º, § 1º, da Lei Federal nº 12.232/2010.

**11.5.3.3.2.1.** o certificado de qualificação técnica de funcionamento emitido para a matriz da agência valerá para a filial.

**11.5.3.3.2.2.** o documento obtido no site do CENP terá sua validade verificada pela Comissão de Contratação.

**11.5.3.3.2.** A licitante deverá ainda comprovar possuir em seu quadro, na data prevista para entrega da proposta, no mínimo, 01 (um) profissional publicitário, com comprovada experiência no objeto da licitação:

**11.5.3.3.2.1.** a comprovação da vinculação do profissional ao quadro será efetivada por intermédio dos seguintes documentos:

**11.5.3.3.2.1.1.** no caso de empregado da empresa, apresentação da ficha de registro de empregado ou do registro em Carteira de Trabalho e Previdência Social – CTPS, em que conste a licitante como contratante.

**11.5.3.3.2.1.2.** no caso de ser sócio-proprietário da empresa, apresentação do contrato social ou outro documento legal devidamente registrado na Junta Comercial.

**11.5.3.3.2.1.3.** no caso de prestador de serviço, contrato de prestação de serviço, regido pela legislação civil comum (sem necessariamente possuir vínculo trabalhista com a licitante).

**11.5.3.3.2.1.4.** serão aceitas, ainda, declaração de contratação futura de prestação de serviços de profissionais capacitados, desde que acompanhada de declaração de anuência expressa do respectivo profissional, conforme modelo ANEXO VI deste Edital.

**11.5.3.3.2.2.** no momento da assinatura do contrato a adjudicatária demonstrará vínculo com o profissional indicado no subitem anterior, na forma dos subitens 11.5.3.3.2.1.1. ou 11.5.3.3.2.1.2. ou ainda 11.5.3.3.2.1.3.

**11.5.3.3.2.3.** o profissional indicado pela licitante poderá ser substituído por profissional de experiência equivalente ou superior, desde que aprovado pela Administração.

#### **11.5.3.4. Qualificação Econômico-financeira**

**11.5.3.4.1.** certidão negativa de falência expedida pelo distribuidor da sede da licitante, como grafado no Art. 69, *caput* e inciso II, da Lei Federal nº 14.133/2021.

**11.5.3.4.1.1.** 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.

**11.5.3.4.1.2.** no caso de praças com mais de um cartório distribuidor, deverão ser apresentadas as certidões de cada distribuidor.

**11.5.3.4.2.** balanço patrimonial, demonstração de resultado de exercício e demais demonstrações contábeis dos 2 (dois) últimos exercícios sociais, 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.

**11.5.3.4.2.1.** 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.

**11.5.3.4.2.2.** 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.

**11.5.3.4.2.3.** o balanço patrimonial deverá estar registrado ou na Junta Comercial ou no Registro Civil das Pessoas Jurídicas, conforme o tipo de empresa 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.

**11.5.3.4.2.3.1.** 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.

**11.5.3.4.2.3.2.** sociedades empresariais, 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.

**11.5.3.4.2.3.3.** 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.

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

**11.5.3.4.2.3.4.1.** termo de autenticação com a identificação do autenticador.

**11.5.3.4.2.3.4.2.** balanço patrimonial e demonstrações contábeis.

**11.5.3.4.2.3.4.3.** termo de abertura e encerramento.

**11.5.3.4.2.3.4.4.** requerimento de autenticação de Livro Digital.

**11.5.3.4.2.3.4.5.** recibo de entrega de Escrituração Contábil Digital.

**11.5.3.4.3.** 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:

**11.5.3.4.3.1.** balanço de abertura, no caso de sociedades sem movimentação.

**11.5.3.4.3.2.** balanço intermediário, no caso de sociedades com movimentação.

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

**11.5.3.4.4.1.** 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):

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

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

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

**11.5.3.4.4.2.** do balanço cujo Índice de Solvência, obtido conforme fórmula a seguir, terá de ser maior ou igual a um (> ou = a 01).

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

**11.5.3.4.4.3.** o atendimento dos índices econômicos previstos nos subitens 11.5.3.4.4.1. e 11.5.3.4.4.2. deverá ser atestado mediante declaração assinada por profissional habilitado da área contábil, apresentada pelo fornecedor.

**11.5.3.4.4.4.** 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 no subitem 11.5.3.4.4.2., 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 2% do valor a ser contratado.

### **11.5.3.5. Declarações Complementares**

**11.5.3.5.1.** Que está ciente e concorda com as condições contidas no edital e seus anexos, bem como de que a proposta apresentada compreende a integralidade dos custos para

atendimento dos direitos trabalhistas assegurados na Constituição Federal, nas leis trabalhistas, nas normas infralegais, nas convenções coletivas de trabalho e nos termos de ajustamento de conduta vigentes na data de sua entrega em definitivo e que cumpre plenamente os requisitos de habilitação definidos no instrumento convocatório.

**11.5.3.5.2.** Que não emprega menor de 18 anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre e não emprega menor de 16 anos, salvo menor, a partir de 14 anos, na condição de aprendiz, nos termos do artigo 7º, XXXIII, da Constituição.

**11.5.3.5.3.** Que não possui empregados executando trabalho degradante ou forçado, observando o disposto nos incisos III e IV do art. 1º e no inciso III do art. 5º da Constituição Federal.

**11.5.3.5.4.** Que cumpre as exigências de reserva de cargos para pessoa com deficiência e para reabilitado da Previdência Social, previstas em lei e em outras normas específicas.

**11.5.3.5.5.** O fornecedor enquadrado como microempresa, empresa de pequeno porte ou sociedade cooperativa deverá declarar, ainda, que cumpre os requisitos estabelecidos no artigo 3º da Lei Complementar nº 123, de 2006, estando apto a usufruir do tratamento favorecido estabelecido em seus arts. 42 a 49, observado o disposto nos §§ 1º ao 3º do art. 4º, da Lei Federal nº 14.133, de 2021.

**11.5.3.5.6.** Que inexistem impedimentos para a participação neste certame, na forma dos casos previstos em edital.

**11.5.3.5.7.** Que a proposta foi elaborada de forma independente. Tudo conforme modelo de Declaração de Cumprimento de Requisitos Legais, ANEXO IV deste Edital.

## **12. DOS PROCEDIMENTOS LICITATÓRIOS**

**12.1.** Serão realizadas 04 (quatro) sessões públicas para recebimento e abertura dos **INVÓLUCROS** de Propostas e Documentação, observados os procedimentos previstos neste Edital e na legislação, das quais serão lavradas atas circunstanciadas dos atos e fatos dignos de registro, assinadas pelos membros da Comissão de Contratação e pelos representantes das licitantes presentes.

**12.1.1.** A participação de representante de qualquer licitante dar-se-á mediante a prévia entrega de documento hábil, conforme estabelecido neste Edital.

**12.1.2.** 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.

**12.1.3.** A Comissão de Contratação e a Subcomissão Técnica, conforme o caso poderão, no interesse da Câmara Municipal de Rondonópolis, relevar aspectos puramente formais nas Propostas e nos Documentos de Habilitação apresentados pelas licitantes, desde que não comprometam a lisura e o caráter competitivo desta concorrência.

**12.1.4.** Os integrantes da subcomissão técnica **NÃO** poderão participar da sessão de recebimento e abertura dos invólucros com as Propostas Técnica e de Preços.

**12.2.** 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.

**12.3.** O julgamento das Propostas Técnica e de Preços e o julgamento final deste certame serão efetuados exclusivamente com base nos critérios especificados neste Edital.

**12.4.** 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.

**12.5.** Qualquer tentativa de licitante influenciar a Comissão de Contratação ou a Subcomissão Técnica no processo de julgamento das Propostas resultará na sua desclassificação.

**12.6.** A Comissão de Contratação poderá alterar as datas ou as pautas das sessões, ou mesmo suspendê-las, em função do desenvolvimento dos trabalhos, obedecidas as normas legais aplicáveis.

**12.6.** Todas as sessões serão gravadas em áudio e vídeo, cujo material fará parte do presente processo licitatório, devendo a Comissão de Contratação tomar o cuidado necessário para manter o sigilo de autoria da proposta técnica - via não identificada - até a abertura do **INVÓLUCRO “2”**.

**12.7. PRIMEIRA SESSÃO:**

**12.7.1.** Abertura da sessão pública de licitação será realizada no dia, hora e local previsto no subitem 9.2 deste Edital e terá a seguinte pauta inicial:

**12.7.1.1.** Identificação dos representantes das licitantes, por meio do(s) documento(s) exigidos no subitem 8.0.

**12.7.1.2.** Entrega dos **INVÓLUCROS “1”, “2”, “3” e “4”**.

**12.7.1.2.1.** O não recebimento do **INVÓLUCRO “1” - Plano de Comunicação Não Identificado**, também impedirá de receber os demais invólucros da mesma licitante.

**12.7.1.3.** Rubricar no fecho os **INVÓLUCROS “2” - Plano de Comunicação Identificado e “4” - Proposta de Preço**, que permanecerão fechados, sob a guarda da Comissão de Contratação, e separá-los do **INVÓLUCRO “1” - Plano de Comunicação Não Identificado** e **INVÓLUCRO “3” - Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação**.

**12.7.1.4.** Retirar e rubricar o conteúdo do **INVÓLUCRO “1” - Plano de Comunicação Não Identificado** e **INVÓLUCRO “3” - Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação**.

**12.7.2.** Após o encerramento do prazo para recebimento dos invólucros, nenhum outro Invólucro, documento ou embalagem será recebido.

**12.7.3.** A Comissão de Contratação, antes da abertura do **INVÓLUCRO “1” - Plano de Comunicação Não Identificado**, adotará medidas para evitar que seus membros e ou os representantes das licitantes possam, ainda que accidentalmente, identificar a autoria de algum Plano de Comunicação Publicitária.

**12.7.3.1.** Antes de serem abertos, os **INVÓLUCROS “1” - Plano de Comunicação Não Identificado** devem ser misturados, de modo que não possam ser vinculados aos respectivos autores.

**12.7.3.2.** Os documentos contidos no **INVÓLUCRO “1” - Plano de Comunicação Não Identificado** e no **INVÓLUCRO “3” - Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação**, serão rubricados pelos representantes das **LICITANTES**, facultando-se aos mesmos o seu exame.

**12.7.3.3.** Se a Comissão de Contratação e 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 Comissão de Contratação desclassificará a licitante e ficará de posse de todos os seus invólucros até que expire o prazo para recursos relativos a essa fase.

**12.7.3.4.** A Comissão de Contratação não lançará nenhum código, sinal ou marca nos invólucros padronizados nem nos documentos que compõem a via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária.

**12.7.4.** Abertos o **INVÓLUCRO “1” - Plano de Comunicação Não Identificado** e o **INVÓLUCRO “3” - Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação**, as licitantes não poderão desistir de suas Propostas, salvo por motivo justo decorrente de fato superveniente e aceito pela Comissão de Contratação.

**12.7.5.** A análise e os trâmites administrativos pertinentes ao conteúdo do **INVÓLUCRO “1” - Plano de Comunicação Não Identificado** e **INVÓLUCRO “3” - Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação** observarão os seguintes procedimentos:

a) suspensão da sessão para análise individualizada e julgamento, pela Subcomissão Técnica das vias não identificadas do Plano de Comunicação Publicitária e Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Solução de Problema de Comunicação.

b) encaminhamento pela Comissão de Contratação à Subcomissão Técnica dos **INVÓLUCROS “1” - Plano de Comunicação Não Identificado**.

c) elaboração e encaminhamento, pela Subcomissão Técnica à Comissão de Contratação, da ata de julgamento do Plano de Comunicação Publicitária, juntamente com as propostas, as planilhas com as pontuações e a justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso.

d) encaminhamento, pela Comissão de Contratação à Subcomissão Técnica, dos **INVÓLUCROS “3” - Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação**.

e) elaboração e encaminhamento, pela Subcomissão Técnica à Comissão de Contratação da elaboração de ata de julgamento do conjunto de informações, juntamente com as propostas, as planilhas com as pontuações e a justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso.

**12.7.6.** Se alguma Proposta Técnica for desclassificada com fundamento no subitem 13.4.1., a Subcomissão Técnica atribuirá pontuação a cada quesito ou subquesito da Proposta e lançará sua pontuação em planilhas que ficarão acondicionadas em envelope fechado e rubricado no fecho pelos membros da Subcomissão Técnica, até que expire o prazo para recursos relativos a essa fase.

**12.7.7.** O disposto no subitem 13.4. não se aplica aos casos em que o descumprimento resulte na identificação da licitante antes da abertura do **INVÓLUCRO “2” – Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada**.

**12.7.8.** As planilhas conterão, respectivamente, as pontuações de cada membro para cada subquesito do Plano de Comunicação Publicitária apresentado pelas licitantes e as pontuações de cada membro para os quesitos Capacidade de Atendimento, Repertório e Relato de Solução de Problemas de Comunicação de cada licitante.

## **12.8. SEGUNDA SESSÃO:**

**12.8.1.** Após receber os relatórios de julgamento das Propostas Técnicas - **INVÓLUCRO “1” - Plano de Comunicação Não Identificado** e **INVÓLUCRO “3” - Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação** - respectivas planilhas de julgamento e demais documentos elaborados pela Subcomissão Técnica, a Comissão de Contratação designará nova data e horário para realização da segunda sessão pública que terá a seguinte pauta:

a) identificação dos representantes das licitantes. Caso a empresa não tenha tido representante na sessão anterior, a licitante deverá se identificar por meio do(s) documento(s) exigido(s) no subitem 8.0.

b) abertura do receptáculo contendo os **INVÓLUCROS “2” - Plano de Comunicação Identificado**.

c) abertura e rubrica do conteúdo do **INVÓLUCRO “2” - Plano de Comunicação Identificado**, cotejo das vias não identificadas (invólucro 1) com as vias identificadas do Plano de Comunicação Publicitária, para identificação de sua autoria.

d) elaboração da planilha geral com o somatório das pontuações atribuídas ao Plano de Comunicação Publicitária e separadamente, aos demais quesitos de cada Proposta Técnica.

d1) Executar o sorteio previsto no subitem 13.15., quando for o caso.

**12.8.2.** Será proclamado resultado do julgamento geral da Proposta Técnica, registrando em Ata as propostas em ordem de classificação, assim como as licitantes que foram desclassificadas.

**12.8.3.** O resultado do julgamento, a classificação ou desclassificação, será publicado, abrindo-se o prazo para interposição de recurso.

**12.8.3.1.** Além das demais atribuições, previstas neste Edital, caberá à Subcomissão Técnica manifestar-se em caso de eventuais recursos relativos ao julgamento das Propostas Técnicas.

#### **12.9. TERCEIRA SESSÃO:**

**12.9.1.** Decididos os recursos, ou, ainda, transcorrido o prazo para sua interposição, a Comissão de Contratação designará nova data e horário para a sessão de abertura dos **INVÓLUCROS “4” – Proposta de Preço** das Licitantes classificadas. A sessão pública terá a seguinte pauta:

- a) identificação dos representantes das licitantes. Caso a empresa não tenha tido representante nas sessões anteriores, a licitante deverá se identificar por meio do(s) documento(s) exigido(s) no subitem 8.0.
- b) abertura do receptáculo contendo os **INVÓLUCROS “4”**.
- c) abertura dos **INVÓLUCROS “4” – Proposta de Preço**, exame e rubrica de seus conteúdos pela Comissão e representantes.
- d) julgamento das Propostas de Preço com a identificação das Propostas de menores preços, nos termos da exigência fixada no Edital, registrando em Ata as propostas em ordem de classificação.
- e) O resultado do julgamento das propostas será publicado, abrindo-se o prazo para interposição de recurso.

#### **12.10. QUARTA SESSÃO:**

**12.10.1.** Decididos os recursos, ou, ainda, transcorrido o prazo para sua interposição, a Comissão de Contratação designará nova data e horário para a sessão de recebimento e abertura dos **INVÓLUCROS “5” – Documentos de Habilitação** das licitantes classificadas. A sessão pública terá a seguinte pauta:

- a) identificação dos representantes das licitantes. Caso a empresa não tenha tido representante nas sessões anteriores, a licitante deverá se identificar por meio do(s) documento(s) exigido(s) no subitem 8.0.
- b) Recebimento e abertura dos **INVÓLUCROS “5” – Documentos de Habilitação** das licitantes classificadas.
- c) Consulta a eventual descumprimento das condições de participação, especialmente quanto à existência de sanção que impeça a participação no certame ou a futura contratação, mediante a consulta aos cadastros elencados neste Edital.
- d) Análise e julgamento sobre a habilitação, conforme previsto nos artigos 62 e seguintes da Lei Federal nº 14.133/21 e exigências fixadas neste Edital.
- e) O resultado do julgamento da habilitação e ou inabilitação será publicado, abrindo-se o prazo para interposição de recurso.
- f) Não tendo sido interposto recurso, tendo havido sua desistência ou, ainda, decididos os recursos, será publicado o nome das licitantes vencedoras desta concorrência.

### **13. JULGAMENTO DA PROPOSTA TÉCNICA**

**13.1.** A Subcomissão Técnica analisará as Propostas Técnicas das licitantes quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Edital e em seus anexos.

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

#### **13.2.1. Plano de Comunicação Publicitária**

**13.2.1.1. Raciocínio Básico** – (máximo de 6 pontos) a acuidade de compreensão:

- a) na análise das características e especificidades da Câmara Municipal de Rondonópolis e do contexto de sua atuação;
- b) da pertinência dos aspectos relevantes e significativos apresentados, relativos às necessidades de comunicação publicitária identificadas;

c) do desafio de comunicação a ser superado pela Câmara Municipal de Rondonópolis e no entendimento dos objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing.

**13.2.1.2. Estratégia de Comunicação Publicitária (máximo de 18 pontos)**

a) a adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza e à qualificação da Câmara Municipal de Rondonópolis e a seu desafio de comunicação;

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

c) as possibilidades de interpretações positivas do conceito proposto para a comunicação da Câmara Municipal de Rondonópolis com seus públicos;

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

e) a capacidade de articular os conhecimentos sobre a Câmara Municipal de Rondonópolis, o seu desafio de comunicação e os objetivos de comunicação previstos no Briefing;

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

**13.2.1.3. Ideia Criativa (máximo de 21 pontos)**

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

b) a pertinência da solução criativa com a natureza da Câmara Municipal de Rondonópolis, 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.

**13.2.1.4. Estratégia de Mídia e Não Mídia (máximo de 10 pontos)**

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 da Câmara Municipal de Rondonópolis 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.

**13.2.1.5. Capacidade de Atendimento (máximo de 20 pontos)**

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 Câmara Municipal de Rondonópolis;

c) a adequação da infraestrutura e das instalações que estarão à disposição da Câmara Municipal de Rondonópolis na execução do contrato;

d) a funcionalidade do relacionamento operacional entre a Câmara Municipal de Rondonópolis 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 Câmara Municipal de Rondonópolis.

**13.2.1.6.** Repertório (máximo de 15 pontos)

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.

**13.2.1.7.** Relatos de soluções de problemas de comunicação (máximo de 10 pontos)

a) a evidência de planejamento estratégico 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.

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

QUESITOS		PONTUAÇÃO MÁXIMA
<b>I – Plano de Comunicação Publicitária</b>		<b>55</b>
<b>SUBQUE SITOS</b>	1. Raciocínio Básico	6
	2. Estratégia de Comunicação Publicitária	18
	3. Ideia Criativa	21
	4. Estratégia de Mídia e não Mídia	10
<b>II – Capacidade de Atendimento</b>		<b>20</b>
<b>III – Repertório</b>		<b>15</b>
<b>IV – Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação</b>		<b>10</b>
<b>PONTUAÇÃO TOTAL</b>		<b>100</b>

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

**13.3.2.** A Subcomissão 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.

**13.3.3.** Persistindo a diferença de pontuação prevista após a reavaliação do quesito ou subquesito, os membros da Subcomissão, 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.

**13.3.4.** A pontuação de cada licitante corresponderá à soma dos pontos dos quesitos.

**13.3.5.** Será considerada mais bem classificada, na fase de julgamento da Proposta Técnica, a licitante que obtiver a maior pontuação.

**13.4.** Será desclassificada a Proposta que:

**13.4.1.** não atender às exigências do presente Edital e de seus anexos;

**13.4.2.** 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;

**13.4.3.** não alcançar, no total, 80 (oitenta) pontos;

**13.4.4.** obtiver pontuação zero em quaisquer dos quesitos ou subquesitos de sua proposta técnica;

**13.4.5.** tentar influenciar a Comissão ou a Subcomissão Técnica no processo de julgamento das propostas.

**13.5.** Se houver desclassificação de alguma proposta técnica por descumprimento de disposições do presente Edital e de seus anexos, ainda assim será atribuída pontuação a seus quesitos, a ser lançada em planilhas que ficarão acondicionadas em invólucro fechado e rubricado no fecho pelos membros da Subcomissão Técnica, até que expirem os prazos para interposição de recursos relativos a essa fase da licitação, exceto nos casos em que o descumprimento resulte na identificação da proponente antes da abertura do Invólucro nº 2.

#### **14. JULGAMENTO DA PROPOSTA DE PREÇOS**

**14.1.** A Proposta de Preços deverá ser apresentada apenas com as informações constantes do ANEXO I - Modelo de Proposta de Preços.

**14.2.** Os preços propostos serão de exclusiva responsabilidade da licitante e não lhe assistirá o direito de pleitear, na vigência do Contrato a ser firmado, nenhuma alteração, sob a alegação de erro, omissão ou qualquer outro pretexto.

**14.3.** As propostas das licitantes classificadas no julgamento das Propostas Técnicas serão analisadas quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Edital e em seus anexos.

**14.4.** Será desclassificada a Proposta de Preços que apresentar preços baseados em outra Proposta ou que contiver qualquer item condicionante para a entrega dos serviços.

**14.5.** A licitante deverá apresentar uma única Proposta de Preços da qual constarão os seguintes itens:

**a)** honorários sobre serviços externos de produção intermediados pela agência;

**b)** honorários sobre pesquisas e instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento como a intermediação e supervisão da agência;

**c)** honorários sobre formas inovadoras de comunicação publicitária com a intermediação e supervisão da agência;

**d)** remuneração sobre o valor da mídia digital contratada por intermédio da agência, quando o veículo não remunere esta com o desconto de agência;

**e)** percentual de desconto sobre os custos internos, baseado na tabela de Custo Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Mato Grosso – SINAPRO, a ser concedido pela agência à Câmara Municipal de Rondonópolis

**14.6.** A proposta também deve consignar, sem estar sujeita à pontuação, os percentuais máximos a serem pagos pela Câmara Municipal de Rondonópolis:

**14.6.1.** Atores e modelos, sobre o cachê original, pelos direitos de uso de imagem e som de voz, na reutilização de peças por período igual ao inicialmente pactuado.

**14.6.2.** Aos detentores dos direitos patrimoniais de uso de obras consagradas, incorporadas a peças, sobre o valor original da cessão desses direitos, na reutilização das peças por direito igual ao inicialmente pactuado.

**14.7.** A proposta de política de preços deverá levar em consideração o prazo de pagamento, na forma disciplinada no Termo de Referência.

**14.8.** Os preços ofertados pela licitante devem incluir todos os custos diretos e indiretos relativos aos objetos deste instrumento convocatório, inclusive materiais de uso e consumo para consecução dos serviços, assessoria de marketing, planejamento, criação, mão-de-obra,

bem como todos os encargos tributários, sociais, trabalhistas, previdenciários, securitários ou quaisquer outros custos decorrentes ou que venham a ser devidos em razão do objeto deste edital, não cabendo ao órgão contratante custos adicionais.

**14.8.1.** A Classificação se dará da seguinte forma:

a) percentual de honorários sobre produção e execução técnica externa, com a intermediação e supervisão da agência, de peças ou material:

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

b) percentual de honorários sobre o planejamento e a execução de pesquisas e de outros instrumentos, de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público -alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas ou a serem realizadas, com a intermediação e supervisões da agência:

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

c) percentual de honorários sobre a criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias, com a intermediação e supervisão da agência:

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

d) percentual de remuneração sobre a contratação de mídia digital com a intermediação da agência, quando o veículo não remunere a agência pelo desconto de agência:

PONTOS	PERCENTUAL DE HONORÁRIOS
20	até 15%
18	16%
15	17%
12	18%

10	19%
05	20%

e) desconto sobre a tabela de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Mato Grosso – SINAPRO, fixados nos limites estabelecidos nos quesitos 11.4.

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

**14.8.2.** Serão consideradas as melhores propostas de preço aquelas que atingirem as maiores pontuações através da fórmula abaixo:

NFPP = Nota final da Proposta de Preço

D1 – Pontuação aplicada ao percentual sobre honorários de produção externa.

D2 – Pontuação aplicada ao percentual de honorários sobre pesquisa e outros instrumentos de avaliação

D3 – Pontuação aplicada ao percentual de honorários sobre formas inovadoras de comunicação.

D4 – Pontuação aplicada ao percentual de remuneração da agência sobre o valor da mídia digital intermediada pela agência, que não enseje o pagamento do desconto de agência pelos veículos de divulgação.

D5 – Pontuação aplicada ao Desconto sobre a Tabela de Custo Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Mato Grosso.

NFPC = D1+D2+D3+D4+D5

## 15. JULGAMENTO FINAL DAS PROPOSTAS

**15.1.** A Pontuação Final será obtida através da fórmula abaixo:

**PF = (NFPT X 0,70) + (NFPP X 0,30)**, onde:

PF = Pontuação final

NFPT = Pontuação relativa à proposta técnica

NFPP = Pontuação relativa à proposta de preço

**15.2.** Havendo empate, o desempate se dará através da atribuição da maior nota aos quesitos da proposta técnica, na seguinte ordem:

a) Estratégia de Comunicação Publicitária;

a) Ideia Criativa;

b) Raciocínio Básico

c) Estratégia de Mídia e Não Mídia

**15.3.** Após a utilização do critério de desempate, persistindo o empate, a decisão se fará através de sorteio que ocorrerá em sessão pública.

**15.4.** Serão consideradas vencedoras, as duas licitantes mais bem classificadas no julgamento final da média ponderada entre as Propostas Técnicas e de Preços.

**15.5.** Será assegurado, como critério de desempate, preferência de contratação para as empresas de pequeno porte, entendendo-se como empate aquelas situações em que o resultado final, constituído pela média ponderada das pontuações das Propostas Técnica e de

Preço, alcançada pelas microempresas e empresas de pequeno porte, sejam iguais à média ponderada apresentada pela licitante mais bem classificada e desde que não seja esta uma microempresa ou empresa de pequeno porte.

**15.6.** Ocorrendo o empate entre microempresas e empresas de pequeno porte, será realizado sorteio entre elas.

**15.7.** A empresa de pequeno porte que usufruir dos benefícios de que trata a Lei Complementar nº 123/2006 deverá apresentar, na forma da lei, juntamente com os documentos de habilitação, a declaração de que não se encontra em nenhuma das situações do parágrafo 4º do artigo 3º do citado dispositivo e que no ano calendário da realização da licitação, ainda não celebrou contratos com a Administração Pública cujos valores somados extrapolem a receita máxima admitida para fins de enquadramento como empresa de pequeno porte, Anexo IV.

## **16. ANÁLISE DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO**

**16.1.** Os Documentos de Habilitação deverão ser entregues à Comissão de Contratação 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.

**16.2.** A licitante classificada no julgamento final das Propostas que não apresentar os Documentos de Habilitação na referida sessão será alijada do certame.

**16.3.** Para se habilitar, a licitante deverá apresentar a Documentação, na forma prevista no subitem 11.5.3.

**16.4.** Como condição prévia ao exame da documentação de habilitação, a Comissão de Contratação verificará o eventual descumprimento das condições de participação das licitantes classificadas no julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços, especialmente quanto à existência de sanção que impeça a participação no certame ou a futura contratação, mediante a consulta aos seguintes cadastros:

**16.4.1.** Cadastro Municipal de Prestadores e Empresas Inidôneas ou Suspensas – CMPEIS, mantido pela Prefeitura Municipal de Rondonópolis e instituído pela Lei Municipal nº 7.874/2013 (<https://transparencia.rondonopolis.mt.gov.br/rondonopolis/licitacoes/sancoes-fornecedores>).

**16.4.2.** Cadastro Nacional de Empresas Inidôneas e Suspensas - CEIS, mantido pela Controladoria-Geral da União (<https://portaldatransparencia.gov.br/sancoes/consulta?cadastro=2&ordenarPor=nomeSancionado&direcao=asc>);

**16.4.3.** Cadastro Nacional de Empresas Punitas – CNEP, mantido pela Controladoria-Geral da União (<https://portaldatransparencia.gov.br/pagina-interna/603244-cnep>).

**16.4.4.** Cadastro Nacional de Condenações Cíveis por Atos de Improbidade Administrativa, mantido pelo Conselho Nacional de Justiça ([www.cnj.jus.br/improbidade\\_adm/consultar\\_requerido.php](http://www.cnj.jus.br/improbidade_adm/consultar_requerido.php)).

**16.4.5.** Lista de Inidôneos, mantida pelo Tribunal de Contas da União – TCU (<https://portal.tcu.gov.br/carta-de-servicos/certidores>).

**16.4.6.** A consulta aos cadastros dos itens 16.4.2., 16.4.3., 16.4.4. e 16.4.5, poderá ser substituída pela Consulta Consolidada de Pessoa Jurídica do TCU (<https://certidores.apf.tcu.gov.br/>).

**16.4.7.** Cadastro de Inidôneos, mantido pelo Tribunal de Contas do Estado de Mato Grosso – TCE-MT ([jurisdicionado.tce.mt.gov.br/conteudo/index/sid/542](http://jurisdicionado.tce.mt.gov.br/conteudo/index/sid/542)).

**16.4.8.** Cadastro de Pessoas Suspensas de Contratar com a Administração Pública, mantido pelo Tribunal de Contas do Estado de Mato Grosso – TCE-MT ([jurisdicionado.tce.mt.gov.br/conteudo/index/sid/867](http://jurisdicionado.tce.mt.gov.br/conteudo/index/sid/867)).

**16.4.9.** Cadastro de pessoas proibidas de contratar com a Administração Pública pelo Poder Judiciário, mantido pelo Tribunal de Contas do Estado de Mato Grosso – TCE-MT ([jurisdicionado.tce.mt.gov.br/conteudo/index/sid/589](http://jurisdicionado.tce.mt.gov.br/conteudo/index/sid/589)).

**16.4.10.** Cadastro de Pessoas/Empresas declaradas inidôneas e/ou suspensas de contratar com a Administração, mantido pelo Tribunal de Contas do Estado de Mato Grosso – TCE-MT (jurisdicionado.tce.mt.gov.br/conteudo/index/sid/654).

**16.5.** A consulta aos cadastros será realizada no nome e no CNPJ da empresa licitante.

**16.5.1.** a consulta ao CNEP quanto às sanções previstas na Lei nº 8.429, de 1992, também ocorrerá no nome e no CPF do sócio majoritário da empresa licitante, se houver, por força do Art. 12 da citada lei.

**16.5.2.** Caso conste na Consulta de Situação do licitante a existência de Ocorrências Impeditivas Indiretas, a Comissão de Contratação diligenciará para verificar se houve fraude por parte das empresas apontadas no Relatório de Ocorrências Impeditivas Indiretas.

**16.5.3.** A tentativa de burla será verificada por meio dos vínculos societários, linhas de fornecimento similares, dentre outros.

**16.5.4.** O licitante será convocado para manifestação previamente a uma eventual desclassificação.

**16.6.** Constatada a existência de sanção a licitante será reputada inabilitada, por falta de condição de participação.

**16.7.** A Comissão de Contratação analisará os Documentos de Habilitação e julgará habilitadas as que atenderem integralmente aos requisitos de habilitação exigidos neste Edital e em seus anexos.

**16.8.** Se nenhuma licitante restar habilitada, a Comissão de Contratação reabrirá a fase de Habilitação, com nova convocação de todas as licitantes classificadas no julgamento final das propostas 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. DOS RECURSOS ADMINISTRATIVOS**

**17.1.** Dos atos da Administração, inclusive dos julgamentos da Proposta Técnica, da Proposta de Preços e da Habilitação, cabem recursos distintos e em momentos distintos, na forma do disposto no artigo 11, incisos VIII, X e XIII da Lei Federal nº 12.232, de 2010, em face do critério da especialidade desta norma legal.

**17.1.1.** O prazo para interposição de cada um dos recursos possíveis neste certame (relativamente aos julgamentos das fases de Proposta Técnica, Proposta de Preço e Habilitação) será de 03 (três) dias úteis previsto no artigo 165, inciso I da Lei Federal nº 14.133, de 2021, contado da data da intimação de cada um dos julgamentos ou da lavratura da ata.

**17.1.2.** Igual prazo de três dias úteis caberá à parte interessada em oferecer impugnação (contrarrazões) ao recurso interposto por uma das licitantes.

**17.2.** Os recursos e as contrarrazões deverão ser interpostos e entregues, por forma eletrônica, pelo e-mail [licitacao@rondonopolis.mt.leg.br](mailto:licitacao@rondonopolis.mt.leg.br), ou por petição dirigida ou protocolada no endereço, Rua Cafelândia, nº 434, Bairro La Salle, nesta cidade de Rondonópolis, Estado de Mato Grosso, dentro do horário de funcionamento do órgão, de segunda-feira à sexta-feira, das 08h às 17h, exceto feriados e pontos facultativos.

**17.2.1.** Os recursos e as contrarrazões encaminhados por meio eletrônico (e-mail) deverão conter, obrigatoriamente, a peça recursal ou de defesa anexada em formato digital, devidamente assinada pelo responsável legal ou procurador habilitado, sendo obrigatório a sua confirmação através de e-mail.

**17.3.** Os recursos interpostos fora do prazo ou apresentados em desacordo com as condições deste Edital, não terão análise de mérito.

**17.4.** Na contagem dos prazos estabelecidos neste Edital e seus Anexos, excluir-se-á o dia do início e incluir-se-á o do vencimento. Só se iniciam e vencem os prazos em dias de expediente na Administração.

## **18. DA ADJUDICAÇÃO, HOMOLOGAÇÃO E TERMO DE CONTRATO**

**18.1.** Não tendo sido interposto recurso na fase de habilitação, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, a Comissão de Contratação encaminhará o processo à autoridade competente para, a seu critério, Adjudicar e Homologar o objeto do certame às empresas vencedoras.

**18.2.** Após a homologação e adjudicação, caso se conclua pela contratação, será firmado termo de contrato, conforme minuta constante do anexo VII deste Edital.

**18.3.** As adjudicatárias terão o prazo de cinco dias úteis, contados a partir da data de sua convocação, para assinar o termo de contrato, sob pena de decair o direito à contratação, sem prejuízo das sanções previstas neste Edital.

**18.4.** Alternativamente à convocação para comparecer perante o órgão ou entidade para a assinatura do Termo de Contrato, a Administração poderá: a) encaminhá-lo para assinatura, mediante correspondência postal com aviso de recebimento (AR), para que seja assinado e devolvido no prazo de cinco dias úteis, a contar da data de seu recebimento; b) disponibilizar acesso a sistema de processo eletrônico para que seja assinado digitalmente em até cinco dias úteis; ou c) outro meio eletrônico, assegurado o prazo de cinco dias úteis para resposta após recebimento da notificação pela Administração.

**18.5.** Os prazos dos itens 18.3. e 18.4. poderão ser prorrogados, por igual período, por solicitação justificada do adjudicatário e aceita pela Administração.

**18.6.** O prazo de vigência da contratação é o estabelecido no Termo de Referência.

**18.7.** Na assinatura do contrato será exigido a comprovação das condições de habilitação e contratação consignadas neste Edital, que deverão ser mantidas pelo fornecedor durante a vigência do contrato.

**18.8.** Será facultado à Administração, quando o convocado não assinar o termo de contrato no prazo e nas condições estabelecidas, convocar os licitantes remanescentes, na ordem de classificação, para a celebração do contrato nas condições propostas pelo licitante vencedor.

## **19. DA GARANTIA**

**19.1.** As disposições pertinentes à garantia de execução estão estabelecidas no Termo de Referência e Instrumento Contratual anexo a este edital.

## **20. DAS OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA E DO CONTRATANTE**

**20.1.** As obrigações da contratada e do contratante, vinculadas à execução do contrato a ser firmado em decorrência do presente certame, estão estabelecidas no Termo de Referência e Instrumento Contratual em anexo.

## **21. DA REMUNERAÇÃO E FORMA DE PAGAMENTO**

**21.1.** A remuneração à contratada, pelos serviços prestados, será feita nos termos das Cláusulas da Minuta de Contrato, anexo a este edital, consoante os preços estabelecidos em suas Propostas de Preços ou, quando for o caso, de acordo com os preços negociados na forma prevista no art. 61, da Lei Federal nº 14.133, de 2021.

**21.2.** A forma e as condições de pagamento são as constantes do Termo de Referência, Anexo II deste edital.

## **22. COMISSÃO DE CONTRATAÇÃO E SUBCOMISSÃO TÉCNICA**

**22.1.** Esta concorrência será processada e julgada por Comissão de Contratação, 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, **03 (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 a Câmara Municipal de Rondonópolis.

**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 (**art. 10, § 2º, da Lei Federal nº 12.232, de 29 de abril de 2010**), previamente cadastrados.

**22.3.1.** 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 a Câmara Municipal de Rondonópolis.

**22.3.2** Os nomes remanescentes da relação após sorteio dos 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.

**22.4.** A relação dos nomes referidos no subitem **22.3.** 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.

**22.5.** Qualquer interessado poderá impugnar pessoa integrante da relação a que se refere o subitem 22.3., mediante fundamentos jurídicos plausíveis, até **48 (quarenta e oito)** horas antes da sessão pública destinada ao sorteio.

**22.6.** 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.

**22.7.** A abstenção do impugnado ou o acolhimento da impugnação, mediante decisão fundamentada da autoridade competente, implicará, se necessário, na elaboração e a publicação de nova lista, sem o nome impugnado, respeitado o disposto no subitem 22.3.

**22.7.1.** Será necessário publicar nova relação se o número de membros mantidos depois da impugnação for inferior aos mínimos exigidos nos subitens 22.3. e 22.3.2. deste Edital.

**22.7.2.** Só será admitida nova impugnação a nome que vier a completar a relação anteriormente publicada.

**22.8.** A sessão pública do sorteio será realizada após a decisão motivada da impugnação, em data previamente designada, garantidos o cumprimento do prazo mínimo previsto no subitem 22.4. e a possibilidade de fiscalização do sorteio por qualquer interessado.

**22.9.** Após a sessão do sorteio, os membros sorteados da “**Subcomissão Técnica**” serão nomeados por ato da Presidência da Câmara Municipal de Rondonópolis - MT, a ser publicado no Diário Oficial Eletrônico de Rondonópolis (DIORONDON-E).

**22.10.** A Comissão de Contratação e a Subcomissão Técnica cuidarão para que a interpretação e aplicação das regras estabelecidas neste Edital 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, de 1º de abril de 2021.

## **23. DIVULGAÇÃO DOS ATOS LICITATÓRIOS**

**23.1.** A critério da Comissão de Contratação, todas as decisões referentes a esta Concorrência poderão ser divulgadas conforme a seguir, ressalvadas aquelas cuja publicação em outro veículo oficial seja obrigatória e ou determinações existentes na Lei Federal nº 14.133, de 1º de abril de 2021.

- a)** nas reuniões de abertura de invólucros.
- b)** no site oficial da Câmara Municipal de Rondonópolis.
- c)** no Diário Oficial Eletrônico de Rondonópolis (DIORONDON-E).
- d)** no Diário Oficial de Contas do TCE/MT.
- e)** publicações afixadas em mural público, ou

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

**23.2.** Após a homologação do processo licitatório, serão disponibilizados no Portal Nacional de Contratações Públicas (PNCP), os documentos elaborados na fase preparatória que porventura não tenham integrado o edital e seus anexos.

## **24. DAS INFRAÇÕES ADMINISTRATIVAS E SANÇÕES**

**24.1.** Comete infração administrativa, nos termos da lei, o licitante que, com dolo ou culpa:

**24.1.1.** Deixar de entregar a documentação exigida para o certame ou não entregar qualquer documento que tenha sido solicitado pela Comissão de Contratação durante o certame.

**24.1.2.** Salvo em decorrência de fato superveniente devidamente justificado, não mantiver a proposta em especial quando:

**24.1.2.1.** pedir para ser desclassificado após o julgamento das propostas técnicas e de preços.

**24.1.2.2.** apresentar proposta em desacordo com as especificações do edital.

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

**24.1.4.** Recusar-se, sem justificativa, a assinar o contrato no prazo estabelecido pela Administração.

**24.1.5.** Apresentar declaração ou documentação falsa exigida para o certame ou prestar declaração falsa durante a licitação.

**24.1.6.** Fraudar a licitação.

**24.1.7.** comportar-se de modo inidôneo ou cometer fraude de qualquer natureza, em especial quando:

**24.1.7.1.** agir em conluio ou em desconformidade com a lei.

**24.1.7.2.** induzir deliberadamente a erro no julgamento.

**24.1.8.** praticar atos ilícitos com vistas a frustrar os objetivos da licitação.

**24.1.9.** praticar ato lesivo previsto no art. 5º da Lei nº 12.846, de 2013.

**24.2.** Com fulcro na Lei nº 14.133, de 2021, a Administração poderá, após regular processo administrativo, garantida a prévia defesa, aplicar aos licitantes e/ou adjudicatários as seguintes sanções, sem prejuízo das responsabilidades civil e criminal:

**24.2.1.** advertência.

**24.2.2.** multa.

**24.2.3.** impedimento de licitar e contratar e.

**24.2.4.** declaração de inidoneidade para licitar ou contratar, enquanto perdurarem os motivos determinantes da punição ou até que seja promovida sua reabilitação perante a própria autoridade que aplicou a penalidade.

**24.3.** Na aplicação das sanções serão considerados:

**24.3.1.** a natureza e a gravidade da infração cometida;

**24.3.2.** as peculiaridades do caso concreto;

**24.3.3.** as circunstâncias agravantes ou atenuantes;

**24.3.4.** os danos que dela provierem para a Administração Pública;

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

**24.4.** A multa será recolhida no prazo máximo de 15 (quinze) dias úteis, a contar da comunicação oficial.

**24.4.1.** Para as infrações previstas nos itens 24.1.1, 24.1.2 e 24.1.3, a multa será de 0,5% a 15% do valor do contrato licitado.

**24.4.2.** Para as infrações previstas nos itens 24.1.5, 24.1.6, 24.1.7, 24.1.8. e 24.1.9, a multa será de 15% a 30% do valor do contrato licitado.

**24.5.** As sanções de advertência, impedimento de licitar e contratar e declaração de inidoneidade para licitar ou contratar poderão ser aplicadas, cumulativamente ou não, à penalidade de multa.

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

**24.7.** A sanção de impedimento de licitar e contratar será aplicada ao responsável em decorrência das infrações administrativas relacionadas nos itens 24.1.1, 24.1.2 e 24.1.3, quando não se justificar a imposição de penalidade mais grave, e impedirá o responsável de licitar e contratar no âmbito da Administração Pública direta e indireta do município de Rondonópolis, pelo prazo máximo de 3 (três) anos.

**24.8.** Poderá ser aplicada ao responsável a sanção de declaração de inidoneidade para licitar ou contratar, em decorrência da prática das infrações dispostas nos itens 24.1.5, 24.1.6, 24.1.7, 24.1.8. e 24.1.9, bem como pelas infrações administrativas previstas nos itens 24.1.1, 24.1.2 e 24.1.3, que justifiquem a imposição de penalidade mais grave que a sanção de impedimento de licitar e contratar, cuja duração observará o prazo previsto no art. 156, § 5º, da Lei nº 14.133, de 2021.

**24.9.** A recusa injustificada do adjudicatário em assinar o contrato no prazo estabelecido pela Administração, descrita no item 24.1.3, caracterizará o descumprimento total da obrigação assumida e o sujeitará às penalidades e à imediata perda da garantia de proposta em favor do órgão ou entidade promotora da licitação, nos termos do Decreto Legislativo n.º 1.701, de 2024.

**24.10.** A apuração de responsabilidade relacionadas às sanções de impedimento de licitar e contratar e de declaração de inidoneidade para licitar ou contratar demandará a instauração de processo de responsabilização a ser conduzido por comissão composta por 3 (três) ou mais servidores estáveis, que avaliará fatos e circunstâncias conhecidos e intimará o licitante ou o adjudicatário para, no prazo de 15 (quinze) dias úteis, contado da data de sua intimação, apresentar defesa escrita e especificar as provas que pretenda produzir.

**24.11.** Caberá recurso no prazo de 15 (quinze) dias úteis da aplicação das sanções de advertência, multa e impedimento de licitar e contratar, contado da data da intimação, o qual será dirigido à autoridade que tiver proferido a decisão recorrida, que, se não a reconsiderar no prazo de 5 (cinco) dias úteis, encaminhará o recurso com sua motivação à autoridade superior, que deverá proferir sua decisão no prazo máximo de 20 (vinte) dias úteis, contado do recebimento dos autos.

**24.12.** Caberá a apresentação de pedido de reconsideração da aplicação da sanção de declaração de inidoneidade para licitar ou contratar no prazo de 15 (quinze) dias úteis, contado da data da intimação, e decidido no prazo máximo de 20 (vinte) dias úteis, contado do seu recebimento.

**24.13.** O recurso e o pedido de reconsideração terão efeito suspensivo do ato ou da decisão recorrida até que sobrevenha decisão final da autoridade competente.

**24.14.** A aplicação das sanções previstas neste edital não exclui, em hipótese alguma, a obrigação de reparação integral dos danos causados ao município de Rondonópolis.

**24.15.** Para a garantia da ampla defesa e contraditório dos licitantes, as notificações serão enviadas eletronicamente para os endereços de e-mail informados na proposta comercial.

**24.15.1.** Os endereços de e-mail informados na proposta comercial serão considerados de uso contínuo da empresa, não cabendo alegação de desconhecimento das comunicações a eles comprovadamente enviadas.

## 25. DAS DISPOSIÇÕES GERAIS

**25.1.** A participação neste certame implica a aceitação integral e irretratável dos termos deste edital e de seus anexos, não podendo o licitante alegar, em qualquer fase do processo, desconhecimento de suas disposições, documentos ou da legislação vigente.

**25.2.** Os licitantes são responsáveis pela veracidade, autenticidade e legalidade dos documentos e informações apresentados, respondendo civil, administrativa e criminalmente em caso de falsidade ou inexatidão, conforme legislação vigente.

**25.3.** Todos os custos incorridos pelos licitantes com a preparação e apresentação das propostas, bem como com o cumprimento de qualquer exigência estabelecida neste edital, são de responsabilidade exclusiva dos proponentes, não cabendo qualquer ressarcimento pela Administração, ainda que a licitação venha a ser revogada ou anulada.

**25.4.** É facultada à Comissão de Contratação ou à autoridade superior em qualquer fase da licitação, a promoção de diligência destinada a esclarecer ou complementar a instrução do processo.

**25.5.** A Comissão de Contratação, 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 Câmara Municipal de Rondonópolis para a execução do contrato.

**25.6.** A autoridade competente para a aprovação do procedimento licitatório poderá revogá-lo em face de razões de interesse público, por motivo de fato superveniente devidamente comprovado, pertinente e suficiente para justificar tal conduta, devendo anulá-lo por ilegalidade, de ofício ou por provocação de terceiros, mediante ato escrito e devidamente fundamentado, sem que caiba direito de qualquer indenização.

**25.7.** Se houver indícios de conluio entre as licitantes ou de qualquer outro ato de má-fé, a Câmara Municipal de Rondonópolis comunicará os fatos verificados aos órgãos e instituições competentes para que sejam tomadas as providências devidas.

**25.8.** 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 Art. 178, da Lei Federal nº 14.133/2021, que acrescentou o Capítulo II-B, Art. 337-I, ao Título XI da Parte Especial do Decreto-Lei Federal nº 2.848/1940.

**25.9.** 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.

**25.10.** Até a assinatura do contrato, a licitante vencedora poderá ser desclassificada ou inabilitada se a Câmara Municipal de Rondonópolis tiver conhecimento de fato desabonador à sua classificação técnica ou à sua habilitação, conhecido após o julgamento de cada fase.

**25.11.** Se ocorrer desclassificação ou inabilitação da licitante vencedora, por fatos referidos no item precedente, a Câmara Municipal de Rondonópolis poderá convocar as licitantes remanescentes, obedecida a ordem de classificação final das Propostas Técnicas ou revogar esta concorrência.

**25.12.** 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, a 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.

**25.12.1.** 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.

**25.13.** As normas que disciplinam esta Licitação serão sempre interpretadas em favor da ampliação da disputa entre as agências interessadas, sem comprometimento com a segurança do futuro contrato.

**25.14.** Na contagem dos prazos estabelecidos neste Edital e seus Anexos excluir-se-á o dia

do início e incluir-se-á o do vencimento. Só se iniciam e vencem os prazos em dias de expediente na Administração.

**25.15.** Aos casos omissos, aplicar-se-ão as disposições da Lei Federal nº **12.232**, de **29 de abril de 2010**, da Lei Federal nº **14.133**, de **01 de abril de 2021**, além das disposições específicas contidas na Lei Federal nº **4.680**, de **18 de junho de 1965**, do Decreto Federal nº **57.690**, de **01 de fevereiro de 1966**, com as alterações introduzidas pelo Decreto nº **4.563**, de **31 de dezembro de 2002** e das demais disposições desse Decreto, das Normas-Padrão da Atividade Publicitária e do Relacionamento Comercial Entre Anunciantes, Agências de Publicidade e Veículos de Comunicação, do Código de Ética dos Profissionais de Propaganda e suas alterações, bem como do Código Brasileiro de Auto-Regulamentação Publicitária.

**25.16.** Os termos dispostos neste Edital, as cláusulas e condições contratuais e as constantes dos **ANEXOS** completam-se entre si, reportando um documento ao outro em caso de dúvidas ou omissões, prevalecendo para todos os efeitos as disposições Editalícias sobre as contratuais, e as legais sobre aquelas. Dessa forma, todos os **ANEXOS** integram o Edital, como se nele fossem transcritos, valendo suas condições e estipulações como normas para o procedimento e para a execução do objeto contratual.

**25.17.** Para dirimir quaisquer questões emergentes ou remanescentes na execução do contrato, que não for possível ser solucionado administrativamente, fica designado o foro da Comarca de Rondonópolis, Estado de Mato Grosso, renunciando a qualquer outro por mais privilegiado que seja, até mesmo se houver mudanças de domicílio de qualquer das partes contratantes.

**25.18.** Os **ANEXOS** do presente Edital são os seguintes, que dele passam a ser parte integrante:

**25.18.1.** ANEXO I – Planilha da Proposta de Preço

**25.18.2.** ANEXO II – Termo de Referência

**25.18.3.** ANEXO III – Modelo de Carta de Credenciamento

**25.18.4.** ANEXO IV – Modelo de Declaração de Cumprimento de Requisitos Legais

**25.18.5.** ANEXO V – Modelo de Atestado de Capacidade Técnica

**25.18.6.** ANEXO VI – Modelo de Declaração de Futura Contratação de Profissional

**25.18.7.** ANEXO VII – Minuta do Contrato

**25.18.8.** ANEXO VIII – Estudo Técnico Preliminar

**25.18.9.** ANEXO IX – Planilha de Pontuação da Proposta Técnica – **INVÓLUCRO “1”**

**25.18.10.** ANEXO X – Planilha de Pontuação da Proposta Técnica – **INVÓLUCRO “3”**

**25.18.11.** ANEXO XI – Briefing

**25.18.12.** ANEXO XII – Metodologia para seleção interna das agências

**25.19.** O Edital está disponibilizado e mantido na íntegra, no endereço eletrônico ([www.rondonopolis.mt.leg.br](http://www.rondonopolis.mt.leg.br) – **TRANSPARÊNCIA/LICITAÇÕES**), no

Portal Nacional de Contratações Públicas (PNCP), e também poderá ser lido e/ou obtido no órgão, situado no endereço Rua Cafelândia nº 434 – Bairro La Salle, nesta cidade de RONDONÓPOLIS – Estado de Mato Grosso, nos dias úteis, no horário das 08 horas às 17 horas, mesmo endereço e período no qual os autos do processo administrativo permanecerão com vista franqueada aos interessados.

Rondonópolis, 10 de outubro de 2025.

**PAULO CESAR SCHUH**  
Presidente da Câmara Municipal de Rondonópolis

## CONCORRÊNCIA Nº 001/2025

### ANEXO I PLANILHA DA PROPOSTA DE PREÇO

Razão Social:	
Nome Fantasia:	
CNPJ:	
Endereço:	
Bairro:	Cidade:
CEP:	E-mail:
Telefone:	Celular
Contato:	
Banco:	Conta Bancária:
Nome e nº da agência:	

### PROPOSTA DE PREÇO

Declaramos que, na vigência do contrato decorrente da Concorrência nº 001/2025 promovida pela Câmara Municipal de Rondonópolis, adotaremos a seguinte política de preços para os serviços descritos:

- a) HONORÁRIOS** de .....% (.....por cento) sobre serviços externos de produção e outros, incumbidos a terceiros, com a intermediação e sob supervisão da agência;
- b) HONORÁRIOS** de .....% (.....por cento) sobre pesquisas e instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento, com a intermediação e supervisão da agência;
- c) HONORÁRIOS** de .....% (.....por cento) sobre formas inovadoras de comunicação publicitária com a intermediação e supervisão da agência.
- d) REMUNERAÇÃO** de .....% (.....por cento) do valor da mídia digital contratada com a intermediação da agência, nos casos em que os veículos não remunerem a agência pelo desconto de agência, na forma do disposto no artigo 11 da Lei 4.680/65.
- e) DESCONTO** a ser concedido à Câmara Municipal de Rondonópolis sobre os custos internos, baseados na tabela referencial de custos internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Mato Grosso – SINAPRO/MT, .....% (..... por cento).

**1)** Ficam definidos, sem estarem sujeitos à pontuação, os percentuais máximos a serem pagos pela Câmara Municipal de Rondonópolis:

a) Remuneração de até 100% (cem por cento) aos Atores e modelos, sobre o cachê original, pelos direitos de uso de imagem e som de voz, na reutilização de peças por período igual ao inicialmente pactuado.

b) Remuneração de até 100% (cem por cento) aos detentores dos direitos patrimoniais de uso de obras consagradas, incorporadas às peças e campanhas publicitárias realizadas, na reutilização destas por período igual ao inicialmente pactuado.

**2)** Declaramo-nos cientes de que a Câmara Municipal de Rondonópolis/MT procederá à retenção de tributos e contribuições nas situações previstas em lei.

**3)** O desconto de agência ou honorários de mídia será pago à agência que intermediar a compra de espaço/tempo publicitários, pelos Veículos de Comunicação, na base de 20% sobre o valor bruto da mídia contratada, sendo que o Veículo emitirá sua fatura contra a Câmara Municipal de Rondonópolis correspondente à chamada “parte líquida”, correspondente a 80% do valor da mídia. A agência, por seu turno, emitirá sua nota-fiscal correspondente a **18% (dezoito por cento)**, já deduzido o repasse de **2% (dois por cento)** sobre o valor da mídia, contra a Câmara Municipal de Rondonópolis/MT, de acordo com as disposições do Anexo B das Normas-Padrão da Atividade Publicitária.

**4)** Informamos conhecer e aceitar as disposições alusivas a direitos autorais estabelecidas no Termo de Referência e na Minuta de Contrato.

**5)** Declaramos que os preços propostos são de nossa exclusiva responsabilidade e não nos assistirá o direito de pleitear, na vigência do contrato, nenhuma alteração, sob a alegação de erro, omissão ou qualquer outro pretexto.

**6)** Declaramos que, a presente Proposta de Preços é válida pelo prazo de 120 (cento e vinte) dias, a contar da data de sua apresentação.

....., ..... de ..... de 20....

(ASSINATURA)

**NOME COMPLETO DO REPRESENTANTE LEGAL DA EMPRESA**

**OBS.: ESTE DOCUMENTO DEVE SER ENTREGUE EM PAPEL TIMBRADO DA EMPRESA LICITANTE.**

## CONCORRÊNCIA Nº 001/2025

### ANEXO II TERMO DE REFERÊNCIA

#### RETIFICAÇÃO DO TERMO DE REFERÊNCIA Nº 22/2025

##### 1. OBJETO

1.1 Contratação de 02 (duas) agências de propaganda para a prestação de serviços contínuos de publicidade para a Câmara Municipal de Rondonópolis/MT, sem segregação em lotes, itens ou contas publicitárias, para executar um conjunto de atividades realizadas integralmente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação, a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação com o objetivo de promover os serviços e a identidade visual, dar publicidade, divulgar as políticas públicas e as ações deste Parlamento Municipal, ao público em geral, conforme Art. 37, §1º, da Constituição Federal/1988.

##### 1.2 ESPECIFICAÇÃO/DETALHAMENTO DO OBJETO:

ITEM	CÓD	CÓD TCE	QTD	UNID.	DESCRÍÇÃO
01	1838	406917-0	01	UN	CONTRATAÇÃO DE 02 (DUAS) AGÊNCIAS DE PROPAGANDA PARA PRESTAÇÃO DE SERVIÇO DE PUBLICIDADE PARA A CÂMARA MUNICIPAL DE RONDONÓPOLIS/MT, 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 PUBLICIDADE AOS VEÍCULOS E DEMAIS MEIOS DE DIVULGAÇÃO.

1.2.1 A descrição do item é semelhante a do código cadastrado 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](http://www.pug.tce.mt.gov.br/itens-padronizados).

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

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

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

1.6 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, intermedia e supervisiona a execução externa e distribui publicidade.

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

- 1.7.1 ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas, respeitado o disposto no Art. 3º, da Lei Federal nº 12.232/2010;
- 1.7.2 à produção e à execução técnica das peças e projetos publicitários criados;
- 1.7.3 à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando à expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias.
- 1.8 Ressalta-se que as pesquisas citadas anteriormente têm a exclusiva finalidade de:
- 1.8.1 gerar conhecimento sobre o mercado ou ambiente de atuação da Câmara Municipal de Rondonópolis/MT, o público-alvo e os veículos de divulgação nos quais serão difundidas as campanhas ou peças;
- 1.8.2 aferir a eficácia do desenvolvimento estratégico, da criação e da divulgação de mensagens;
- 1.8.3 possibilitar a mensuração dos resultados das campanhas ou peças, vedada a inclusão de matéria estranha ou sem pertinência temática com a ação publicitária.
- 1.9 O planejamento objetiva subsidiar a proposição estratégica das ações publicitárias, tanto nos meios e veículos de divulgação tradicionais (off-line) como digitais (on-line) para alcance dos objetivos de comunicação e superação dos desafios apresentados e devem prever, sempre que possível, os indicadores e métricas para aferição, análise e otimização de resultados.
- 1.10 Não está contemplada no objeto a divulgação de publicidade oficial, assim entendida a publicação de documentos e informações determinadas por força de lei ou regulamento, veiculada via Diário Oficial.
- 1.11 Também não se abrange neste objeto as atividades de promoção, patrocínio, relações públicas, assessorias de comunicação e de imprensa e aquelas que tenham por finalidade a realização de eventos festivos.
- 1.11.1 não se incluem no conceito de patrocínio os projetos de veiculação em mídia – assim entendidos os projetos de veiculação em mídia ou em instalações, dispositivos e engenhos que funcionem como veículo de divulgação – e o patrocínio de eventos esportivos, culturais ou de entretenimento comercializados por veículo de divulgação.
- 1.12 O objeto desta contratação não se enquadra como sendo de bem de luxo.
- 1.13 O prazo de vigência da contratação é de 12 meses contados da assinatura do instrumento contratual, podendo sua duração ser prorrogada por iguais e sucessivos períodos, com base nos Arts. 106 e 107, da Lei Federal nº. 14.133/2021, por se tratar de serviços essenciais a serem executados de forma continuada.
- 1.13.1 Em caso de encerramento, a agência contratada realizará a transição, durante o período remanescente do contrato, concluindo as campanhas em andamento e entregando materiais e relatórios à Câmara Municipal de Rondonópolis/MT.
- 1.13.2 Essa solução visa atender as necessidades da Câmara Municipal de Rondonópolis/MT de forma eficaz e em conformidade com a legislação, promovendo o engajamento e a informação da comunidade

## **2. DA MODALIDADE E CRITÉRIO DE JULGAMENTO DA LICITAÇÃO**

- 2.1 O procedimento para contratação do objeto será realizado mediante licitação na modalidade CONCORRÊNCIA de acordo com o Art. 28, II, da Lei Federal nº 14.133/21, e, excepcionalmente, na forma PRESENCIAL, com a apresentação das propostas técnica, de preço e dos documentos de habilitação de forma física, levando em consideração que a manutenção da forma presencial, com apresentação das propostas técnica, de preço e documentos de habilitação justifica-se pela exigência legal quanto à garantia do sigilo na não identificação dos licitantes no Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, na forma do disposto no Art. 6º, IV, da Lei Federal nº 12.232/2010.
- 2.2 O critério de julgamento da licitação deverá ser TÉCNICA E PREÇO, na proporção de 70% de valoração da proposta técnica e 30% para a proposta de preço, de acordo com Art. 33, IV, da Lei Federal nº 14.133/21, obtido durante a disputa entre os fornecedores participantes do certame licitatório, conforme condição prevista neste instrumento.

## **3. FUNDAMENTAÇÃO E DESCRIÇÃO DA NECESSIDADE DA CONTRATAÇÃO**

- 3.1 Sendo Rondonópolis uma cidade onde sua população tem grande participação na política em todos os níveis: municipal, estadual e nacional é de extrema importância que sua Câmara

Municipal se aproxime mais da população local, já que nos últimos anos a participação popular no âmbito municipal, especialmente nas questões do legislativo, tem sido tímida, principalmente nas ações cuja presença da população é fundamental, como as audiências públicas, sessões e eventos. Vale destacar ainda que há necessidade de transparência nos atos praticados por este Parlamento Municipal e desta forma a divulgação mais amplas de suas atividades.

3.2 Por fim, a caracterização da presente contratação como sendo de caráter contínuo se dá, uma vez que, somente assim executada, continuadamente, atende a seu fim de divulgação desta Casa e dos serviços que presta, dos produtos oferece, dos eventos que realiza, das realizações que promove, tudo com fulcro precípua de atender ao interesse público existente na divulgação publicitária, interesse este que justifica a própria existência deste Parlamento Municipal.

3.3 Ainda nesta seara a execução do serviço é essencial para assegurar o cumprimento de legislação específica de Transparência Pública de forma rotineira e permanente, bem como visa manter o funcionamento das atividades finalísticas desta Casa de Leis e ainda o cumprimento da missão institucional de forma clara e transparente, sendo que sua interrupção poderá comprometer a prestação de um serviço público eficaz.

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

3.5 A Secretaria Legislativa de Comunicação Social tem a atribuição de divulgar, defender e consolidar a imagem institucional deste Parlamento Municipal, com prioridade para o esclarecimento e informação à sociedade sobre o exercício do Poder Legislativo Municipal, bem como, promover campanhas informativas sobre temas de interesse público e de natureza institucional para o público em geral.

3.6 Todavia, a Câmara Municipal de Rondonópolis/MT não dispõe de capacidade técnica e estrutura para atender a tais atribuições institucionais. Destarte, a contratação de agências de publicidade visa suprir a esta necessidade e auxiliar no cumprimento da sua atribuição institucional, ampliando o acesso à informação e garantindo a realização desta em tempo hábil e com qualidade técnica.

3.7 Ainda, nesse sentido, aprimorar a comunicação interna e externa é objetivo previsto na Secretaria Legislativa de Comunicação Social da Câmara Municipal de Rondonópolis/MT, o qual se visa alcançar com a presente contratação, fazendo isto de forma impecável e transparente.

3.8 Em consonância com o Art. 37, da Constituição Federal/1988, a divulgação institucional da Câmara Municipal de Rondonópolis/MT também representa o estímulo à participação da sociedade na fiscalização das atividades e demais deliberações deste ente público.

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

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

#### **4. DESCRIÇÃO DA SOLUÇÃO COMO UM TODO CONSIDERADO O CICLO DE VIDA DO OBJETO**

4.1 Trata-se de licitação visando à contratação de 02 (duas) agências de publicidade. O serviço em apreço decorre de mandamento constitucional grafado no Art. 37, § 1º, Constituição Federal/1988. Essa imposição da Carta Magna possui rito e maneira de se processar peculiar previsto em legislação própria, como esculpido na Lei Federal nº 12.232/2010, de modo que, a administração pública fica condicionada a seguir rigorosamente os seus preceitos.

4.2 Assim, a descrição da solução considerando o ciclo de vida do objeto encontra-se demarcada na Constituição Federal e na supracitada lei. Segundo a inteligência extraída do

Art. 37, § 1º, da Constituição Federal/1988, a publicidade dos órgãos e entidades públicas deve ter caráter educativo, informativo e de orientação social. De igual modo, a Lei Federal nº 12.232/2010 ao delimitar o objeto da licitação também aborda essa sistemática, impondo regras a fim de que todas as nuances relativas à contratação de agências de publicidade estejam vinculadas à lei.

4.3 A caracterização da contratação tem caráter contínuo, uma vez que, a execução do serviço é essencial para assegurar o cumprimento de legislação específica de Transparência Pública de forma rotineira e permanente, bem como, visa manter o funcionamento das atividades finalísticas desta Casa de Leis e ainda o cumprimento da sua missão institucional de forma clara e transparente, sendo que sua interrupção poderá comprometer a prestação de um serviço público eficiente.

4.4 A contratação de serviços continuados, não assegura ao contratado o direito subjetivo à prorrogação contratual, que objetiva a obtenção de preços e condições mais vantajosas para a CONTRATANTE, conforme estabelece o Art. 107, da Lei Federal nº 14.133/2021.

4.5 Quando da prorrogação contratual, deverão ser observados os requisitos cabíveis, exigidos no Art. 107, da Lei Federal nº 14.133/2021.

## **5. REQUISITOS DA CONTRATAÇÃO**

5.1 Os serviços objeto desta Concorrência deverão ser prestados exclusivamente por agências de propaganda cujas atividades sejam disciplinadas pela Lei Federal nº 4.680/1965 e que tenham obtido certificado de qualificação técnica de funcionamento e que atendam às demais condições a serem estabelecidas no Edital da Licitação e seus anexos.

5.2 O certificado de qualificação técnica de que trata o Art. 4º, § 1º, da Lei Federal nº 12.232/2010 deverá ser obtido perante o Conselho Executivo das Normas-padrão (CENP), entidade sem fins lucrativos, integrado e gerido por entidades nacionais que representam veículos, anunciantes e agências.

5.3 Considerando a natureza e as especificidades dos serviços a serem executados, não poderão participar da Concorrência empresas reunidas em consórcio. Tal decisão se justifica pela necessidade de uma execução integrada e contínua das campanhas publicitárias, o que requer um alto grau de coordenação e responsabilidade por parte do contratado. A formação de consórcios, com a participação de mais de uma agência, poderia resultar em dificuldades de gestão e comprometer a fluidez da comunicação e a uniformidade das estratégias de marketing, prejudicando a qualidade do serviço prestados. Além disso, a complexidade e os requisitos técnicos específicos para a execução do contrato exigem que a contratada seja uma única entidade, capaz de garantir a plena execução das atividades de forma eficiente e em conformidade com os prazos e metas estabelecidas.

5.4 Não poderão participar da Concorrência as pessoas jurídicas constituídas sob a forma de cooperativa, visto que os serviços objeto da licitação possuem características específicas que tornam inadequada a participação desse tipo de sociedade. A continuidade e a complexidade técnica dos serviços de publicidade a serem executados para a Câmara Municipal de Rondonópolis são incompatíveis com a autonomia dos cooperados. O modelo cooperativo pode, portanto, comprometer a continuidade, a execução integrada e a qualidade dos serviços prestados.

5.5 Também não poderão participar desta concorrência a agência de publicidade:

5.5.1 que estiver cumprindo suspensão temporária do direito de participar de licitação ou estiver impedida de contratar com a Câmara Municipal de Rondonópolis;

5.5.2 cuja falência tenha sido decretada ou que estiverem concurso de credores, em processo de recuperação extrajudicial ou judicial ou em processo de liquidação, dissolução, cisão, fusão ou incorporação;

5.5.3 que tenha sido considerada inidônea pela Administração Pública Federal, estadual ou municipal;

5.5.4 estrangeira que não funcione no País;

5.5.5 cujos sócios, controladores, dirigentes, administradores, gerentes ou empregados integrem a Subcomissão Técnica ou tenham qualquer vínculo profissional com a Câmara Municipal de Rondonópolis que realiza o certame.

5.5.6 que atuem sem fins lucrativos.

5.6 Da garantia da contratação:

5.6.1 as CONTRATADAS prestarão individualmente garantia, em favor da contratante, no valor correspondente a 2% (dois por cento) do valor do contrato, de acordo com o Art. 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 corridos, contados a partir da data de assinatura do contrato.

5.6.2 em caso de aditamento do contrato, que implique a sua alteração temporal ou econômica, a CONTRATADA deverá providenciar, em até 05 (cinco) dias úteis da emissão do respectivo aditamento, a complementação do valor e prazo da garantia, de forma a manter a equivalência já estabelecida.

5.6.3 se o valor da garantia vier a ser utilizado, total ou parcialmente, no pagamento de qualquer obrigação vinculada a este ajuste, incluída a indenização a terceiros, a CONTRATADA deverá proceder à respectiva reposição, no prazo máximo de três dias úteis, contados da data do recebimento da notificação da CONTRATANTE

5.7 Do modelo de execução do objeto:

5.7.1 a execução dos serviços do objeto será de forma parcelada sempre de acordo com as necessidades da Câmara Municipal de Rondonópolis/MT, sob o regime de execução indireta, sem a necessidade de mão de obra exclusiva.

5.7.2 a CONTRATADA 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.

5.8 Do recebimento das propostas e dos documentos de habilitação:

5.8.1 a fornecedora será selecionado por meio da realização de licitação na modalidade CONCORRÊNCIA, com fundamento no Art. 28, II, da Lei Federal n.º 14.133/2021, que culminará com a seleção da proposta de TÉCNICA E PREÇO, na proporção de 70% (setenta por cento) para valoração da proposta técnica e 30% (por cento) para a proposta de preço.

5.8.2 as Propostas Técnicas e de Preços e os Documentos de Habilitação das licitantes deverão ser entregues à Agente/Comissão de Contratação em 05 (cinco) invólucros distintos e separados.

5.8.3 os invólucros com as Propostas Técnicas e de Preços serão recebidos na Rua Cafelândia, 434 – La Salle – Rondonópolis/MT, sede da Câmara Municipal de Rondonópolis/MT, em data e horário a serem definidos posteriormente.

5.8.4 os invólucros com os Documentos de Habilitação serão recebidos e abertos em dia, local e horário a serem designados pela Agente/Comissão de Contratação.

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

## 6. ENTREGA DA PROPOSTA TÉCNICA

6.1 A Proposta Técnica deverá ser entregue à Agente/Comissão de Contratação, acondicionada nos Invólucros nº 1, nº 2 e nº 3.

6.2 Invólucro nº 1:

6.2.1 O “Plano de Comunicação Não Identificado” será apresentado no INVÓLUCRO “1”, sem a identificação da empresa, sob pena de desclassificação;

6.2.2 O conteúdo do “Plano de Comunicação Não Identificado”, será acondicionado em INVÓLUCRO obrigatoriamente fornecido pela Câmara Municipal de Rondonópolis-MT, por solicitação da LICITANTE;

6.2.3 É vedada a aposição, neste invólucro e em todo o seu conteúdo, de qualquer tipo de identificação da LICITANTE, inclusive etiquetas, bem como, o invólucro estar danificado ou deformado pelas peças, pelos materiais e demais documentos nele acondicionados, de modo a possibilitar a identificação da licitante.

6.2.4 Havendo qualquer sinal de identificação no INVÓLUCRO “1”, nenhum outro invólucro será recebido e a LICITANTE ficará impedida de participar do certame, registrando-se em Ata;

6.2.5 O INVÓLUCRO a ser fornecido pela Câmara Municipal de Rondonópolis-MT será retirado pela LICITANTE, junto ao Setor de Licitações, sítio à Rua Cafelândia, nº 434, Bairro La Salle, nesta cidade de Rondonópolis-MT, no horário de funcionamento da Casa (08h00 às 11h00 e das 13h00 às 17h00), mediante requerimento dirigido à Agente/Comissão de Contratação, contendo nome da empresa, CNPJ/MF, endereço, telefone de contato, e-mail;

6.2.6 Apenas o INVÓLUCRO “1” – “Plano de Comunicação Não Identificado” será fornecido pela Câmara Municipal de Rondonópolis-MT, devendo a LICITANTE providenciar os demais invólucros necessários;

6.2.7 Só será aceito o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada que estiver

acondicionado no invólucro padronizado, fornecido pela Agente/Comissão de Contratação.

### 6.3 Invólucro nº 2

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

6.3.2 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 - Razão Social, CNPJ da licitante e número da Concorrência – Câmara Municipal de Rondonópolis/MT.

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

### 6.4 Invólucro nº 3

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

6.4.2 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, Razão Social, CNPJ da licitante e número da Concorrência – Câmara Municipal de Rondonópolis/MT.

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

6.4.4 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.

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

6.5.1 QUESITO 1 - Plano de Comunicação Publicitária:

6.5.1.1. SUBQUESITOS:

6.5.1.1.1 Raciocínio Básico;

6.5.1.1.2 Estratégias de Comunicação Publicitária;

6.5.1.1.3 Ideia Criativa;

6.5.1.1.4 Estratégia de Mídia e não mídia.

6.5.2 QUESITO 2 - Capacidade de atendimento.

6.5.3 QUESITO 3 – Repertório.

6.5.4 QUESITO 4 - Relatos de solução de problemas de comunicação.

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

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

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

6.8.2 capa e contracapa em papel sulfite A4, com gramatura 75g/m<sup>2</sup> na cor branca, sem logo ou qualquer marca ou sinal que possa identificar a licitante;

6.8.3 conteúdo impresso em papel sulfite A4, com gramatura 75g/m<sup>2</sup> na cor branca, orientação retrato;

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

6.8.5 sem negrito;

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

6.8.7 espaçamento simples entre as linhas;

6.8.8 alinhamento justificado do texto;

6.8.9 texto e numeração de páginas em fonte “Arial”, estilo normal, cor preta automático, tamanho 12 pontos; numeração de todas as páginas, no centro inferior, pelo editor de textos, a partir da primeira página interna, em algarismos arábicos;

6.8.10 sem identificação da licitante.

6.9 Os textos do Raciocínio Básico, da Estratégia de Comunicação Publicitária e da relação de peças da Ideia Criativa, estão limitados, no conjunto, a 10 (dez) páginas, não computadas nesse limite a capa e contracapa e as páginas eventualmente utilizadas apenas para separação dos subquesitos.

6.10 O Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada não poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que, por si só e de forma inequívoca,

possibilite a identificação de sua autoria antes da abertura do Invólucro nº 2.

6.11 O Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, composto dos subquesitos Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia deverá ser elaborado com base no Briefing, que fará parte do edital licitatório, observadas as seguintes disposições:

**6.11.1 Subquesito 1 – Raciocínio Básico** – apresentação pela licitante de diagnóstico das necessidades de comunicação publicitária da Câmara Municipal de Rondonópolis para enfrentar os desafios ou os problemas geral e ou específico, de comunicação, sua compreensão sobre o objeto da licitação e, principalmente, sobre os desafios ou os problemas, gerais e ou específicos, de comunicação a serem enfrentados;

**6.11.2 Subquesito 2 – Estratégia de Comunicação Publicitária** – apresentação pela licitante das linhas gerais da proposta para suprir os desafios ou os problemas, gerais e ou específicos, de comunicação a serem enfrentados e alcançar os objetivos, gerais e específicos, de comunicação previstos no Briefing, compreendendo:

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

6.11.2.2 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.

**6.11.3 Subquesito 3 – Ideia Criativa** – apresentação da proposta de campanha publicitária, contemplando os seguintes conteúdos:

6.11.3.1 apresentar relação de todas as peças e ou material que julgar necessários para a execução da sua proposta de estratégia de comunicação publicitária, como previsto no Edital, com comentários sobre cada peça e ou material. Essa relação deverá relacionar as peças ou material em dois blocos: o primeiro, com as peças corporificadas, com o limite de 10 peças e o segundo, com as peças não corporificadas, sem limite do número de peças.

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

6.11.3.2.1 Ser apresentados sob a forma de:

6.11.3.2.1.1 roteiro, leiaute e ou storyboard impressos, para qualquer meio;

6.11.3.2.1.2 protótipo ou “monstro” para peças destinadas a rádio e internet;

6.11.3.2.1.3 storyboard animado ou animatic ou storyboard impresso, para TV e cinema.

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

6.11.3.2.2.1 cada redução e ou variação de formato será considerada como uma peça;

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

6.11.3.2.2.3 peça sequencial, para qualquer meio (a exemplo de anúncio para revista, jornal, tablete, assim como painéis sequenciais de mídia exterior – outdoor, adesivagem de fingers) será considerada como uma peça, se o entendimento da mensagem depender da leitura do conjunto sequencial e uma peça sozinha não transmitir a mensagem completa da comunicação;

6.11.3.2.2.4 um hotsite e todas as suas páginas serão consideradas uma peça;

6.11.3.2.2.5 um filme e o hotsite em que se encontra hospedado serão considerados duas peças;

6.11.3.2.2.6 um banner e o hotsite para o qual ele esteja direcionado serão considerados duas peças.

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

6.11.3.4 Para a produção dos exemplos de peças ou material não serão aceitas capturas de vídeo.

6.11.3.5 Dentre as peças apresentadas para corporificar objetivamente sua proposta de solução do desafio de comunicação deverão constar, obrigatoriamente os 5 (cinco) tipos de peças exigidos na campanha descrita no Briefing, as quais serão computadas no limite estabelecido no subitem 6.11.3.2.2.

6.11.3.6 Na elaboração do animatic poderão ser inseridas fotos e imagens estáticas, além de trilha, voz de personagens e locução, ressalvado que monstro do VT não está limitado a imagens estáticas, podendo ser apresentado também com imagens em movimento, desde que utilizadas imagens somente geradas em Inteligência Artificial (IA) e ou obtidas em

Bancos de Imagem.

6.11.3.7 Cada exemplo de peça e ou material deverá trazer indicação sucinta (exemplos: "cartaz", "filme TV", "spot rádio", "anúncio revista", "monstro internet") destinada a facilitar seu cotejo com a relação de peças e ou material a que se refere o subitem.

6.11.3.8 Os storyboards animados, animatics, protótipos e monstros poderão ser apresentados em PEN-DRIVE, executável no sistema operacional Windows, nos formatos universais, a exemplo de:

6.11.3.8.1 storyboards animados e animatics, para TV e cinema: avi, mov, Wmv, mpeg, vob;

6.11.3.8.2 protótipos e monstros, para rádio: mp3, wma;

6.11.3.8.3 protótipos e monstros, para internet: pdf, jpg, html, mpeg, swf e mov.

6.11.3.9 Os exemplos de peças e ou material devem ser apresentados separadamente do caderno, ter formatos compatíveis com suas características e se adequarem às dimensões do envelope 1. As peças que não se ajustem às dimensões do envelope 1 poderão ser dobradas.

6.11.3.10 As peças gráficas poderão ser impressas em tamanho real ou reduzido desde que não prejudique sua leitura - sem limitação de cores, sem suporte e ou passe-partout, em qualquer tipo de papel A4 ou A3 até 90 gramas.

6.11.3.11 As peças em formato digital referentes ao quesito ideia criativa, DEVERÃO ser obrigatoriamente gravadas em PEN DRIVE padronizado, fornecido pela Câmara Municipal de Rondonópolis, por solicitação da licitante, e acondicionadas dentro de envelope igualmente padronizado, também fornecido pela mesma instituição, a fim de garantir o sigilo absoluto da autoria durante o processo de avaliação.

6.11.3.11.1 Nessas mídias de apresentação (PEN DRIVE) NÃO poderão constar informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação da licitante, ou de qualquer anunciente, somente a marca do seu fabricante.

6.11.3.11.2 Os arquivos contidos no PEN DRIVE devem ser nomeados de forma neutra e impessoal, evitando qualquer identificação do proponente. Recomenda-se utilizar nomes genéricos como: storyboard\_animado.mov, monstro\_post\_instagram.jpg, roteiro\_criativo.pdf, entre outros. É terminantemente proibida a inclusão de assinaturas, logotipos, marcas d'água, nomes ou qualquer outro elemento que possa revelar a identidade do participante.

6.11.3.11.3 No caso de apresentação de várias peças digitais referentes ao quesito idéia criativa, estas deverão ser gravadas em pen drive ÚNICO, padronizado, fornecido pela Câmara Municipal de Rondonópolis, por solicitação da licitante, e acondicionado dentro de envelope igualmente padronizado, também fornecido pela mesma instituição.

6.11.3.11.4 O envelope padronizado contendo o PEN DRIVE padronizado deverá ser apresentado SOLTO, sem fechamento, dentro do INVÓLUCRO "1".

#### **6.11.4 Subquesito 4 – Estratégia de Mídia e Não Mídia – constituída de:**

6.11.4.1 apresentação em que a licitante explicitará e justificará a estratégia e as táticas recomendadas, em consonância com a estratégia de comunicação publicitária por ela sugerida e em função da verba referencial indicada no Briefing sob a forma de textos, tabelas, gráficos e planilhas.

6.11.4.2 simulação de plano de distribuição em que a licitante indicará todas as peças e ou material destinados à veiculação, exposição ou distribuição, sob a forma de textos, tabelas, gráficos e planilhas, cujo valor estimado da campanha integral simulada será de R\$ 400.000,00 (quatrocentos mil reais).

6.11.4.2.1 o período de distribuição das peças e ou material;

6.11.4.2.2 as quantidades de inserções das peças em veículos de divulgação;

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

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

6.11.4.2.5 as quantidades a serem produzidas de cada peça e ou material de não mídia;

6.11.4.2.6 os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção de cada peça e ou material de não mídia;

6.11.4.2.7 os valores (absolutos e percentuais) alocados na distribuição de cada peça e ou material de não mídia.

6.11.4.3 Nessa simulação:

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

6.11.4.3.2 deve 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;

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

6.11.4.3.4 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).

6.11.4.3.5 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.

6.11.5 Os textos, tabelas, gráficos e planilhas da Estratégia de Mídia e não Mídia não têm limitação quanto ao número de páginas, os quais não precisam seguir a formatação de fonte, tamanho e cores definida para o Plano de Comunicação Publicitária.

6.12 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:

6.12.1 ter a identificação da licitante;

6.12.2 ser datado;

6.12.3 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.

**6.13 Quesito 2 – Capacidade de Atendimento:** a licitante deverá apresentar os documentos e informações que constituem a Capacidade de Atendimento em caderno específico, único, com ou sem o uso de cores, em folhas numeradas sequencialmente, a partir da primeira página interna, rubricadas e assinadas na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

6.13.1 Qualquer página com os documentos e informações previstos neste item poderá ser editada em papel A3 dobrado.

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

6.13.3 A Capacidade de Atendimento será constituída de textos, tabelas, gráficos, diagramas, fotos e outros recursos, por meios dos quais a licitante apresentará:

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

6.13.3.2 a quantificação e a qualificação sob a forma de currículo resumido (no mínimo, nome, formação e experiência), dos profissionais que poderão ser colocados à disposição da execução do contrato, discriminando-se as áreas de estudo e planejamento, criação, produção de rádio, TV, cinema, internet, produção gráfica, mídia e atendimento.

6.13.3.3 As instalações, a infraestrutura e os recursos materiais que estarão à disposição para a execução do contrato;

6.13.3.4 a sistemática de atendimento e discriminará os prazos a serem praticados, em condições normais de trabalho, na criação de peça avulsa ou de campanha e na elaboração de plano de mídia;

6.13.3.5 a discriminação 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 Câmara Municipal de Rondonópolis/MT, sem ônus adicionais, na vigência do contrato.

**6.14 Quesito 3 – Repertório:** a licitante deverá apresentar os documentos, informações, peças e material que constituem o quesito em caderno específico, único, com ou sem o uso de cores, em folhas numeradas sequencialmente, a partir da primeira página interna, rubricadas e assinadas na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

6.14.1 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.

6.14.2 O Repertório será constituído de peças e ou materiais concebidos e veiculados, expostos ou distribuídas pela licitante.

6.14.3 No caderno específico do Repertório a licitante deverá apresentar 10 (dez) peças ou material, independentemente do seu tipo ou característica e da forma de sua veiculação, exposição ou distribuição, observado o seguinte:

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

6.14.3.2 as peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD ou PEN-DRIVE, executáveis no sistema operacional Windows, podendo integrar o caderno específico ou ser apresentados separadamente (soltos);

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

6.14.3.4 as peças e ou material não podem se referir a trabalhos solicitados e ou aprovados pela Câmara Municipal de Rondonópolis/MT.

6.14.3.5 para cada peça e ou material, 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 e ou distribuição e, no caso de veiculação, a menção de pelo menos um veículo que divulgou cada peça.

6.14.3.5.1 a exigência de ficha técnica para cada peça inserida justifica-se, na medida em que será útil para uma melhor compreensão da solução publicitária proposta, parte importante do julgamento técnico.

6.14.4 A apresentação de peças e ou material em número inferior ao exigido no subitem 6.14.3 implica, para este quesito, pontuação máxima proporcional ao número de peças apresentadas.

6.14.5 A proporcionalidade a que se refere o subitem 6.14.4 será obtida mediante a aplicação da regra de três simples em relação à pontuação máxima prevista no subitem 7.6.

6.14.6 Não há limitação de número de páginas para apresentação do Repertório.

**6.15 Quesito 4 – Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação:** a licitante deverá apresentar os documentos e informações que constituem o quesito em caderno específico, único, com ou sem o uso de cores, em folhas numeradas sequencialmente, a partir da primeira página interna, rubricadas e assinadas na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

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

6.15.2 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 bem sucedidas de problemas de comunicação planejadas e propostas por ela e implementadas por seus clientes. O Relato:

6.15.2.1 será elaborado pela licitante, em papel que a identifique;

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

6.15.2.3 não pode referir-se a ações publicitárias solicitadas e ou aprovadas pela Câmara Municipal de Rondonópolis-MT, no âmbito de seus contratos com agência de propaganda;

6.15.2.4 deverá estar formalmente referendado pelo respectivo cliente, de forma a atestar sua autenticidade.

6.15.2.5 a formalização do referendo deverá ser feita na última página do Relato, na qual constarão o nome empresarial do cliente, o nome e o cargo ou função do signatário. As duas páginas do Relato deverão estar assinadas pelo autor do referendo.

6.15.2.6 Os Relatos devem ter sido implementados a partir de 1º de janeiro de 2017.

6.15.3 É permitida a inclusão de até 03 (três) peças e ou material, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça para cada Relato. Se incluídas:

6.15.3.1 as peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD ou pen drive, executáveis no sistema operacional Windows, podendo integrar o caderno específico previsto no Edital ou ser apresentadas soltas;

6.15.3.2 as peças gráficas poderão integrar o caderno específico previsto no Edital, em papel A4 ou A3 dobrado, ou ser apresentadas soltas. Em todos os casos, deverá ser

preservada a capacidade de leitura das peças e indicadas suas dimensões originais; 6.15.3.3 para cada peça e ou material deverá ser apresentada ficha técnica com a indicação sucinta do problema que se propuseram resolver. 6.15.4 se a licitante apresentar apenas 1 (um) Relato, sua pontuação máxima, neste quesito, será equivalente à metade da pontuação máxima prevista no Edital.

## 7. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

7.1 O critério de julgamento para a classificação das licitantes será o de "Técnica e Preço", nos termos do Art. 5º, da Lei Federal nº 12.232/2010 e dos Arts. 33, 34 e 35, da Lei Federal nº 14.133/2021, estabelecido o peso 70 para a valoração da Proposta Técnica e o peso 30 para a Proposta de Preços.

7.2 A Subcomissão Técnica, analisará as Propostas Técnicas das licitantes quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Termo de Referência.

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

### 7.3.1 Quesito 1 – PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

#### 7.3.1.1 Subquesito 1 – RACIOCÍNIO BÁSICO

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

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

7.3.1.1.3 a assertividade demonstrada na análise do desafio de comunicação a ser superado pela Câmara Municipal de Rondonópolis e no entendimento dos objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing.

#### 7.3.1.2 Subquesito 2 – ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

7.3.1.2.1 a adequação do partido temático e do conceito à natureza e às atividades da Câmara Municipal de Rondonópolis, bem como ao desafio e aos objetivos de comunicação;

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

7.3.1.2.3 as possibilidades de interpretações positivas do conceito para a comunicação publicitária da Câmara Municipal de Rondonópolis com seus públicos;

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

7.3.1.2.5 a capacidade da licitante de articular os conhecimentos sobre a Câmara Municipal de Rondonópolis, o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing;

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

#### 7.3.1.3 Subquesito 3 – IDÉIA CRIATIVA

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

7.3.1.3.2 a pertinência da solução criativa com a natureza da Câmara Municipal de Rondonópolis, com o desafio e com os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing;

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

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

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

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

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

#### 7.3.1.4 Subquesito 4 – ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA

7.3.1.4.1 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;

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

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

7.3.1.4.4 a adequação da proposta no uso dos recursos próprios de comunicação da Câmara Municipal de Rondonópolis e seu alinhamento com a Estratégia de Mídia e Não Mídia;

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

**7.3.2 Quesito 2 – CAPACIDADE DE ATENDIMENTO**

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

7.3.2.2 a experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias e a adequação das quantificações e qualificações desses profissionais às necessidades de comunicação publicitária da Câmara Municipal de Rondonópolis;

7.3.2.3 a adequação da infraestrutura e das instalações que estarão à disposição da Câmara Municipal de Rondonópolis na execução do contrato;

7.3.2.4 a funcionalidade do relacionamento operacional entre a Câmara Municipal de Rondonópolis e a licitante;

7.3.2.5 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 Câmara Municipal de Rondonópolis.

**7.3.3 Quesito 3 – REPERTÓRIO**

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

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

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

**7.3.4 Quesito 4 - RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO**

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

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

7.3.4.3 a complexidade do desafio de comunicação apresentado no Relato e a relevância dos resultados obtidos;

7.3.4.4 o encadeamento lógico da exposição do Relato pela licitante.

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

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

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

NOTA PROPOSTA TÉCNICA		
ITEM	QUESITOS/SUBQUESITOS	PONTUAÇÃO MÁXIMA
<b>1</b>	<b>Plano de Comunicação Publicitária</b>	<b>55</b>
1.1	Raciocínio Básico	6
1.2	Estratégia de Comunicação Publicitária	18
1.3	Ideia Criativa	21
1.4	Estratégia de Mídia e não Mídia	10
<b>2</b>	<b>Capacidade de Atendimento</b>	<b>20</b>
<b>3</b>	<b>Repertório</b>	<b>15</b>
<b>4</b>	<b>Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação</b>	<b>10</b>
TOTAL		100

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

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

7.9 A Subcomissão Técnica reavaliará a pontuação atribuída a um quesito ou subquesito sempre que a diferença entre a maior e a menor pontuação for superior a 20% (vinte por cento)

da pontuação máxima do quesito ou do subquesito, com o fim de restabelecer o equilíbrio das pontuações atribuídas, em conformidade com os critérios objetivos previstos neste Termo de Referência.

7.10 Persistindo a diferença de pontuação prevista após a reavaliação do quesito ou subquesito, os membros da Subcomissão Técnica, autores das pontuações consideradas destoantes, deverão registrar em ata as razões que os levaram a manter a pontuação atribuída ao quesito ou subquesito reavaliado, que será assinada por todos os membros da Subcomissão e passará a compor o processo desta licitação.

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

7.11.1 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;

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

7.11.3 obtiver pontuação zero em qualquer um dos quesitos ou subquesitos.

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

7.12.1 Se houver desclassificação de alguma proposta técnica por descumprimento de disposições deste Termo de Referência, ainda assim será atribuída pontuação a seus quesitos, a ser lançada em planilhas que ficarão acondicionadas em invólucro fechado e rubricado no fecho pelos membros da subcomissão técnica, até que expirem os prazos para interposição de recursos relativos a essa fase da licitação, exceto nos casos em que o descumprimento resulte na identificação da proponente antes da abertura do invólucro de que trata o § 2º do art. 9º da Lei 12.232, de 2010.

7.13 A Pontuação Técnica de cada Licitante corresponderá à soma dos pontos dos 04 (quatro) quesitos: Plano de Comunicação Publicitária, Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação.

7.14 Realizada a análise e o julgamento pela “Subcomissão Técnica” da Proposta Técnica, esta elaborará a Ata de julgamento do Plano de Comunicação Não Identificado (INVÓLUCRO “1”) e a Ata de julgamento dos quesitos referentes às informações sobre “Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação” (INVÓLUCRO “3”), e as encaminhará para a Agente/Comissão de Contratação, juntamente com as propostas, as planilhas com as pontuações e a justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso;

7.15 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).

## **8. ENTREGA DA PROPOSTA DE PREÇOS**

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

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

8.2.1 Invólucro nº 4 Proposta de Preços – Razão Social, CNPJ da licitante e número da Concorrência – Câmara Municipal de Rondonópolis/MT.

8.3 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.

## **9. ELABORAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇO**

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

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

9.1.2 ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos, de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas ou a serem realizadas;

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

9.1.4 à intermediação na contratação de mídia digital, no caso em que os veículos não remunerem a agência pelo desconto de agência, na forma do disposto no artigo 11 da Lei

Federal nº 4.680/65; e

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

9.1.5.1 não será aceito percentual de honorários superior a 15% (quinze por cento) sobre serviços externos de produção; sobre pesquisas e instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento; sobre formas inovadoras de comunicação publicitária e remuneração superior a 20% (vinte por cento) sobre o valor da mídia digital adquirida com a intermediação da agência, nos casos em que os veículos não remunerem a agência pelo Desconto Padrão de Agência;

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

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

9.1.5.4 o percentual de honorários, assim como de desconto proposto será de exclusiva responsabilidade da licitante e não lhe assistirá o direito de pleitear, na vigência do contrato a ser firmado, nenhuma alteração, sob a alegação de erro, omissão ou qualquer outro pretexto;

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

9.2 A Proposta de Preços deverá ser datada e assinada por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos.

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

9.4 A classificação das Propostas de Preço observará a ordem crescente dos percentuais apresentados, sendo considerada como a de menor preço aquela que receber maior pontuação, referente ao percentual de honorários mencionados no subitem 9.1 e pelo desconto concedido sobre a Tabela de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Mato Grosso.

9.5 O prazo de validade da Proposta de Preço deverá ser de, no mínimo, 120 (cento e vinte) dias, a contar da data da abertura da reunião de licitação, indicada no edital.

9.5.1 Caso a licitante fixe um prazo de validade inferior ao exigido no subitem 9.5 ou ainda, esteja com o prazo de validade de sua proposta expirado na sessão de abertura dos envelopes com as Propostas de Preços, a Agente/Comissão de Contratação realizará com ela diligência nos termos do Art. 59, §2º, da Lei Federal nº 14.133/2021, como forma de prorrogar o referido prazo.

9.5.2 A licitante que não aceitar prorrogar o prazo de validade expirado na abertura dos envelopes com as Proposta de Preços, ou antes do encerramento do certame, será desclassificada.

## **10. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS DE PREÇOS**

10.1 Deverá ser apresentada com as informações constantes do Modelo de Proposta de Preços, Anexo do Edital.

10.1.1 os preços propostos serão de exclusiva responsabilidade da licitante e não lhe assistirá o direito de pleitear, na vigência do Contrato a ser firmado, nenhuma alteração, sob a alegação de erro, omissão ou qualquer outro pretexto.

10.1.2 as Propostas de Preços das licitantes classificadas no julgamento das Propostas Técnicas serão analisadas quanto ao atendimento das condições estabelecidas no Termo de Referência.

10.1.3 Será desclassificada a Proposta de Preços que apresentar preços baseados em outra Proposta ou que contiver qualquer condicionante para a entrega dos bens e serviços.

10.2 A licitante deverá apresentar uma única proposta de preços da qual constarão os seguintes itens:

10.2.1 honorários sobre serviços externos de produção intermediados pela agência;

10.2.2 honorários sobre pesquisas e instrumentos de avaliação e de geração de

conhecimento como a intermediação e supervisão da agência;

10.2.3 honorários sobre formas inovadoras de comunicação publicitária com a intermediação e supervisão da agência;

10.2.4 remuneração sobre o valor da mídia digital contratada por intermédio da agência, quando o veículo não remunere esta com o desconto de agência;

10.2.5 percentual de desconto sobre os custos internos, baseado na tabela de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Mato Grosso – SINAPRO, a ser concedido pela agência à Câmara Municipal de Rondonópolis/MT.

10.2.6 A proposta também deve consignar, sem estar sujeita à pontuação, os percentuais máximos a serem pagos pela Câmara Municipal de Rondonópolis/MT:

10.2.6.1 Atores e modelos, sobre o cachê original, pelos direitos de uso de imagem e som de voz, na reutilização de peças por período igual ao inicialmente pactuado.

10.2.6.2 Aos detentores dos direitos patrimoniais de uso de obras consagradas, incorporadas a peças, sobre o valor original da cessão desses direitos, na reutilização das peças por direito igual ao inicialmente pactuado.

8.11 A proposta de política de preços deverá levar em consideração o prazo de pagamento previsto neste Termo de Referência.

10.2.7 Os preços ofertados pela licitante devem incluir todos os custos diretos e indiretos relativos aos objetos deste Termo de Referência, inclusive materiais de uso e consumo para consecução dos serviços, assessoria de marketing, planejamento, criação, mão-de-obra, bem como todos os encargos tributários sociais, trabalhistas, previdenciários, securitários ou quaisquer outros custos decorrentes ou que venham a ser devidos em razão do objeto, não cabendo ao órgão contratante custos adicionais.

10.3 Na sessão pública designada para esse fim, serão abertos os Invólucros nº 4 – Proposta Comercial – que serão rubricadas pela Agente/Comissão de Contratação e pelas agências presentes ou por comissão que representem as licitantes, por escolha das agências participantes presentes à sessão.

10.4 Feita a classificação das Propostas Comerciais, serão avaliadas e valoradas as propostas segundo os critérios abaixo:

10.4.1 percentual de honorários sobre produção e execução técnica externa, com a intermediação e supervisão da agência, de peças ou material:

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

10.4.2 percentual de honorários sobre o planejamento e a execução de pesquisas e de outros instrumentos, de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas ou a serem realizadas, com a intermediação e supervisões da agência.

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

10.4.3 percentual de honorários sobre a criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias, com a intermediação e supervisão da agência.

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

10.4.4 percentual de remuneração sobre a contratação de mídia digital com a intermediação da agência, quando o veículo não remunere a agência pelo desconto de agência.

PONTOS	PERCENTUAL DE HONORÁRIOS
20	até 15%
18	16%
15	17%
12	18%
10	19%
05	20%

10.4.5 Desconto sobre a tabela de custos internos do Sindicato das Agências de Publicidade do Estado de Mato Grosso (SINAPRO-MT) que estiver em vigor, fixado nos limites estabelecidos no subitem 9.1.

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

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

NFPP= Nota final da Proposta de Preço

D1 – Pontuação aplicada ao percentual sobre honorários de produção externa.

D2 – Pontuação aplicada ao percentual de honorários sobre pesquisa e outros instrumentos de avaliação.

D3 – Pontuação aplicada ao percentual de honorários sobre formas inovadoras de comunicação.

D4 – Pontuação aplicada ao percentual de remuneração da agência sobre o valor da mídia digital intermediada pela agência, que não enseje o pagamento do desconto de agência pelos veículos de divulgação.

D5 – Pontuação aplicada ao Desconto sobre a Tabela de Custo Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Mato Grosso.

**NFPC= D1+D2+D3+D4+D5**

## **11 JULGAMENTO FINAL DAS PROPOSTAS**

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

$$\text{PF} = (\text{NFPT} \times 0,70) + (\text{NFPP} \times 0,30), \text{ onde:}$$

PF = Pontuação final

NFPT = Pontuação relativa à proposta técnica

NFPP = Pontuação relativa à proposta de preço

11.2 Havendo empate, o desempate se dará por meio da atribuição da maior nota aos quesitos da Proposta Técnica, na seguinte ordem:

11.2.1 Estratégia de Comunicação Publicitária;

11.1.2 Ideia Criativa;

11.1.3 Raciocínio Básico;

11.1.4 Estratégia de Mídia e Não Mídia.

11.3 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 14.133/2021.

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

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

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

11.7 Serão declaradas vencedoras as 02 (duas) licitantes que atingirem a maior Pontuação Final (PF) e que restarem habilitadas.

11.8 A empresa de pequeno porte que usufruir dos benefícios de que trata a lei complementar n. 123/2006 deverá apresentar, na forma da lei, juntamente com os documentos de habilitação, a declaração de que não se encontra em nenhuma das situações do parágrafo 4º. do artigo 3º. do citado dispositivo e que no ano calendário da realização da licitação, ainda não celebrou contratos com a Administração Pública cujos valores somados extrapolarem a receita máxima admitida para fins de enquadramento como empresa de pequeno porte.

## **12. ENTREGA DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO**

12.1 Os Documentos de Habilitação deverão ser entregues à Agente/Comissão de Contratação pelas licitantes classificadas no julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços, no dia, hora e local previstos na convocação da sessão a ser realizada para esse fim.

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

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

12.3.1 Invólucro nº 5 Documentos de Habilitação – Razão Social, CNPJ da licitante e número da Concorrência – Câmara Municipal de Rondonópolis/MT.

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

## **13. APRESENTAÇÃO DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO**

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

13.1.1 em via original; ou

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

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

13.1.4 em cópia não autenticada, desde que seja exibida a via original, para conferência pela Agente/Comissão de Contratação, no ato de entrega dos Documentos de Habilitação.

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

13.3 Só serão aceitas cópias legíveis, que ofereçam condições de análise por parte da Agente/Comissão de Contratação.

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

### **13.5 Habilidade Jurídica**

- 13.5.1 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;
- 13.5.1.1 os documentos mencionados no subitem anterior (13.5.1) 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;
- 13.5.2 inscrição do ato constitutivo em cartório de Registro Civil de Pessoas Jurídicas, no caso de sociedades simples, acompanhada de prova da diretoria em exercício;
- 13.5.3 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;
- 13.5.4 registro comercial, em caso de empresa individual.

### **13.6 Regularidade Fiscal e Trabalhista**

- 13.6.1 prova de inscrição no Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas;
- 13.6.2 prova de regularidade fiscal perante a Fazenda Nacional, mediante apresentação de certidão expedida conjuntamente pela Secretaria da Receita Federal do Brasil (RFB) e pela Procuradoria-Geral da Fazenda Nacional (PGFN), referente aos créditos tributários federais e à Dívida Ativa da União (DAU) por elas administrados, inclusive aqueles relativos à Seguridade Social, nos termos da Portaria Conjunta nº 1.751, de 02 de outubro de 2014, do Secretário da Receita Federal do Brasil e da Procuradora-Geral da Fazenda Nacional;
- 13.6.3 prova de regularidade com o Fundo de Garantia de Tempo de Serviço (FGTS);
- 13.6.4 prova de inexistência de débitos inadimplidos perante a Justiça do Trabalho, mediante a apresentação de certidão negativa ou positiva com efeito de negativa, nos termos do Título VII-A da Consolidação das Leis do Trabalho, aprovada pelo Decreto-Lei nº 5.452, de 1º de maio de 1943;
- 13.6.5 prova de inscrição no cadastro de contribuintes Municipal, relativo ao domicílio ou sede da licitante, pertinente ao seu ramo de atividade e compatível com o objeto contratual;
- 13.6.6 prova de regularidade com a Fazenda Municipal, do domicílio ou sede da licitante, relativa à atividade em cujo exercício contrata ou concorre;
- 13.6.7 a prova de regularidade poderá ser feita por Certidão Negativa ou Certidão Positiva com efeitos de Negativa;
- 13.7 Será considerada em situação regular a licitante cujo débito com as fazendas públicas ou com a seguridade social esteja com a exigibilidade suspensa.
- 13.8 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 expresso, exceto se anexada legislação específica indicativa de prazo distinto.

### **13.9 Qualificação Técnica**

- 13.9.1 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;
- 13.9.2 certificado de qualificação técnica de funcionamento, emitido pelo Conselho Executivo das Normas Padrão (CENP), conforme disposto no Art. 4º, §1º, da Lei Federal nº 12.232/2010;
- 13.9.2.1 o certificado de qualificação técnica de funcionamento emitido para a matriz da agência valerá para a filial;
- 13.9.2.2 o documento obtido no site do CENP terá sua validade verificada pela Agente/Comissão de Contratação.
- 13.9.3 a licitante deverá ainda comprovar possuir em seu quadro, na data prevista para entrega da proposta, no mínimo, 01 (um) profissional publicitário, com comprovada experiência no objeto da licitação:
- 13.9.3.1 a comprovação da vinculação do profissional ao quadro será efetivada por intermédio dos seguintes documentos:
- 13.9.3.1.1 no caso de empregado da empresa, apresentação da ficha de registro de empregado ou do registro em Carteira de Trabalho e Previdência Social – CTPS, em que

conste a licitante como contratante;

13.9.3.1.2 no caso de ser sócio-proprietário da empresa, apresentação do contrato social ou outro documento legal devidamente registrado na Junta Comercial;

13.9.3.1.3 no caso de prestador de serviço, contrato de prestação de serviço, regido pela legislação civil comum (sem necessariamente possuir vínculo trabalhista com a licitante);

13.9.3.1.4 serão aceitas, ainda, declaração de contratação futura de prestação de serviços de profissionais capacitados, desde que acompanhada de declaração de anuência expressa do respectivo profissional.

13.9.3.1.4.1 no momento da assinatura do contrato a adjudicatária demonstrará vínculo com o profissional na forma dos subitens 13.9.3.1.1 ou 13.9.3.1.2 ou ainda 13.9.3.1.3.

13.9.3.2 o profissional indicado pela licitante poderá ser substituído por profissional de experiência equivalente ou superior, desde que aprovado pela Administração.

### **13.10 Qualificação Econômico-financeira**

13.10.1 certidão negativa de falência expedida pelo distribuidor da sede da licitante, como grafado no Art. 69, *caput* e inciso II, da Lei Federal nº 14.133/2021;

13.10.1.1 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;

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

13.10.2 balanço patrimonial, demonstração de resultado de exercício e demais demonstrações contábeis dos 2 (dois) últimos exercícios sociais, 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;

13.10.2.1 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;

13.10.2.2 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;

13.10.2.3 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 subitene 13.1.1, 13.1.2 e 13.1.3, 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 13.1.4;

13.10.2.3.1 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;

13.10.2.3.2 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;

13.10.2.3.3 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;

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

13.10.2.3.4.1 termo de autenticação com a identificação do autenticador;

13.10.2.3.4.2 balanço patrimonial e demonstrações contábeis;

13.10.2.3.4.3 termo de abertura e encerramento;

13.10.2.3.4.4 requerimento de autenticação de Livro Digital;

13.10.2.3.4.5 recibo de entrega de Escrituração Contábil Digital.

13.11 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:

13.11.1 balanço de abertura, no caso de sociedades sem movimentação;

13.11.2 balanço intermediário, no caso de sociedades com movimentação.

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

13.12.1 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**

13.12.2 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**

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

13.14 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 no subitem 13.12.2, 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 2% do valor a ser contratado.

### **13.15 Declarações**

13.15.1 Que está ciente e concorda com as condições contidas no edital e seus anexos, bem como de que a proposta apresentada compreende a integralidade dos custos para atendimento dos direitos trabalhistas assegurados na Constituição Federal, nas leis trabalhistas, nas normas infralegais, nas convenções coletivas de trabalho e nos termos de ajustamento de conduta vigentes na data de sua entrega em definitivo e que cumpre plenamente os requisitos de habilitação definidos no instrumento convocatório;

13.15.2 Que não emprega menor de 18 anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre e não emprega menor de 16 anos, salvo menor, a partir de 14 anos, na condição de aprendiz, nos termos do artigo 7º, XXXIII, da Constituição;

13.15.3 Que não possui empregados executando trabalho degradante ou forçado, observando o disposto nos incisos III e IV do art. 1º e no inciso III do art. 5º da Constituição Federal;

13.15.4 Que cumpre as exigências de reserva de cargos para pessoa com deficiência e para reabilitado da Previdência Social, previstas em lei e em outras normas específicas.

13.15.5 O fornecedor enquadrado como microempresa, empresa de pequeno porte ou sociedade cooperativa deverá declarar, ainda, que cumpre os requisitos estabelecidos no artigo 3º da Lei Complementar nº 123, de 2006, estando apto a usufruir do tratamento favorecido estabelecido em seus arts. 42 a 49, observado o disposto nos §§ 1º ao 3º do art. 4º, da Lei nº 14.133, de 2021.

13.15.6 Que inexistem impedimentos para a participação neste certame, na forma dos casos previstos em edital;

13.15.7 Que a proposta foi elaborada de forma independente.

13.16 Todos os documentos deverão estar em nome da licitante.

13.16.1 se a licitante for matriz, os documentos deverão estar com o número do CNPJ da matriz;

13.16.2 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.

#### **14. ANÁLISE DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO**

14.1 Como condição prévia ao exame da documentação de habilitação, será verificado o eventual descumprimento das condições de participação, especialmente quanto à existência de sanção que impeça a participação no certame ou a futura contratação, mediante a consulta aos seguintes cadastros:

14.1.1 Cadastro Municipal de Prestadores e Empresas Inidôneas ou Suspensas – CMPEIS, mantido pela Prefeitura Municipal de Rondonópolis e instituído pela Lei Municipal nº 7.874/2013

(<https://transparencia.rondonopolis.mt.gov.br/rondonopolis/licitacoes/sancoes-fornecedores>).

14.1.2 Cadastro Nacional de Empresas Inidôneas e Suspensas - CEIS, mantido pela Controladoria-Geral da União (<https://portaldatransparencia.gov.br/sancoes/consulta?cadastro=2&ordenarPor=nomeSancionado&direcao=asc>);

14.1.3 Cadastro Nacional de Empresas Punidas – CNEP, mantido pela Controladoria-Geral da União (<https://portaldatransparencia.gov.br/pagina-interna/603244-cnep>).

14.1.4 Cadastro Nacional de Condenações Cíveis por Atos de Improbidade Administrativa, mantido pelo Conselho Nacional de Justiça ([www.cnj.jus.br/improbidade\\_adm/consultar\\_requerido.php](http://www.cnj.jus.br/improbidade_adm/consultar_requerido.php)).

14.1.5 Lista de Inidôneos, mantida pelo Tribunal de Contas da União – TCU (<https://portal.tcu.gov.br/carta-de-servicos/certidores>).

14.1.6 A consulta aos cadastros dos itens 14.1.2, 14.1.3, 14.1.4 e 14.1.5, poderá ser substituída pela Consulta Consolidada de Pessoa Jurídica do TCU (<https://certidores.apf.apps.tcu.gov.br/>).

14.1.7 Cadastro de Inidôneos, mantido pelo Tribunal de Contas do Estado de Mato Grosso – TCE-MT ([jurisdicionado.tce.mt.gov.br/conteudo/index/sid/542](http://jurisdicionado.tce.mt.gov.br/conteudo/index/sid/542)).

14.1.8 Cadastro de Pessoas Suspensas de Contratar com a Administração Pública, mantido pelo Tribunal de Contas do Estado de Mato Grosso – TCE-MT ([jurisdicionado.tce.mt.gov.br/conteudo/index/sid/867](http://jurisdicionado.tce.mt.gov.br/conteudo/index/sid/867)).

14.1.9 Cadastro de pessoas proibidas de contratar com a Administração Pública pelo Poder Judiciário, mantido pelo Tribunal de Contas do Estado de Mato Grosso – TCE-MT ([jurisdicionado.tce.mt.gov.br/conteudo/index/sid/589](http://jurisdicionado.tce.mt.gov.br/conteudo/index/sid/589)).

14.1.10 Cadastro de Pessoas/Empresas declaradas inidôneas e/ou suspensas de contratar com a Administração, mantido pelo Tribunal de Contas do Estado de Mato Grosso – TCE-MT ([jurisdicionado.tce.mt.gov.br/conteudo/index/sid/654](http://jurisdicionado.tce.mt.gov.br/conteudo/index/sid/654)).

14.2 A consulta aos cadastros será realizada no nome e no CNPJ da empresa licitante.

14.2.1 A consulta ao CNEP quanto às sanções previstas na Lei nº 8.429, de 1992, também ocorrerá no nome e no CPF do sócio majoritário da empresa licitante, se houver, por força do Art. 12 da citada lei.

14.3 Constatada a existência de sanção o licitante será reputado inabilitado, por falta de condição de participação.

14.4 A Agente/Comissão de Contratação analisará os Documentos de Habilitação das licitantes classificadas no julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços, desde que cumpridas as condições de participação, e julgará habilitadas as que atenderem integralmente aos requisitos de habilitação exigidos no Edital.

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

#### **15. AGENTE/COMISSÃO DE CONTRATAÇÃO E SUBCOMISSÃO TÉCNICA**

15.1 Esta concorrência será processada e julgada pela Agente/Comissão de Contratação, devidamente designada pela autoridade competente.

15.2 As Propostas Técnicas serão analisadas e julgadas por Subcomissão Técnica, constituída por pelo menos 03 (três) membros que sejam formados em Comunicação, Publicidade ou Marketing ou que atuem em uma dessas áreas.

15.3 Na composição da Subcomissão Técnica, 1/3 (um terço) dos integrantes não terá vínculo funcional ou contratual com a Câmara Municipal de Rondonópolis.

15.4 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 (Art. 10, § 2º, da Lei Federal nº 12.232, de 29 de abril de 2010), previamente cadastrados;

15.5 A relação dos nomes referidos nos itens 15.2, 15.3 e 15.4, deste Termo 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;

15.6 Qualquer interessado poderá impugnar pessoa integrante da relação a que se refere o item 15.5 deste Termo, mediante fundamentos jurídicos plausíveis, até 48 (quarenta e oito) horas antes da sessão pública destinada ao sorteio;

15.7 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, nos termos do Art. 10, § 6º, da Lei Federal nº 12.232/2010;

15.8 A abstenção do impugnado ou o acolhimento da impugnação, mediante decisão fundamentada da autoridade competente, implicará, se necessário, na elaboração e a publicação de nova lista, sem o nome impugnado;

15.9 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 imparcialidade e da transparência no julgamento das propostas, sob pena de responsabilidade, nos termos da Lei de Licitações e Contratos.

15.9.1 A ausência de manifestação do membro teoricamente suspeito não impede que qualquer outro participante da subcomissão, tendo conhecimento dos fatos, possa alegá-los, a qualquer tempo.

15.10 Será necessário publicar nova relação se o número de membros mantidos depois da impugnação for inferior aos mínimos exigidos por Lei.

15.11 Só será admitida nova impugnação a nome que vier a completar a relação anteriormente publicada.

15.12 A sessão pública do sorteio será realizada após a decisão motivada da impugnação, em data previamente designada, garantidos o cumprimento do prazo mínimo e a possibilidade de fiscalização do sorteio por qualquer interessado.

15.13 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 a Câmara Municipal de Rondonópolis - MT;

15.14 Após a sessão do sorteio, os membros sorteados da “Subcomissão Técnica” serão nomeados por ato da Presidência da Câmara Municipal de Rondonópolis - MT, a ser publicado no Diário Oficial de Rondonópolis - DIORONDON;

15.15 Os nomes remanescentes da relação após sorteio dos membros da Subcomissão Técnica serão todos sorteados para definição de uma ordem de suplência, a serem convocados nos casos de impossibilidade de participação de algum dos titulares.

15.16 A Agente/Comissão de Contratação 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.

## **16. OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA**

16.1 A agência atuará por ordem da Câmara Municipal de Rondonópolis/MT, de acordo com as solicitações realizadas pela 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.

16.2 Os serviços a serem realizados devem ser submetidos à aprovação da Secretaria Legislativa de Comunicação Social da Câmara Municipal de Rondonópolis/MT, responsável pela determinação de sua produção e veiculação.

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

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

16.5 Manter sigilo quanto às informações que necessitem.

16.6 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 da Secretaria Legislativa de Comunicação Social da Câmara Municipal de Rondonópolis/MT.

16.7 Quando do ato de contratação a agência contratada deverá ter um representante na cidade de Rondonópolis/MT para atender as demandas da Secretaria Legislativa de Comunicação Social da Câmara Municipal de Rondonópolis/MT.

16.8 Executar todos os serviços requisitados, relacionados com o objeto deste Termo de Referência, no prazo máximo de 10 (dez) dias úteis ou outro prazo indicado pela Secretaria Legislativa de Comunicação Social da Câmara Municipal de Rondonópolis/MT, a contar do documento autorizativo emitido por esta unidade.

16.9 Contratar, administrar, executar e fiscalizar os contratos firmados com fornecedores de serviços especializados e veículos de divulgação, sempre após autorização expressa do ordenador de despesa da Câmara Municipal de Rondonópolis/MT, respondendo pelos efeitos desses acordos, incluindo os dados e os prejuízos, diretos e indiretos, decorrentes de sua culpa.

16.9.1 A CONTRATADA somente poderá contratar e executar qualquer serviço ou aquisição de bens com fornecedores de serviços especializados e veículos de divulgação previamente cadastrados junto à unidade competente da Câmara Municipal de Rondonópolis/MT.

16.10 Orientar a produção, a impressão e a distribuição das peças gráficas conforme a solicitação e aprovação da CONTRATANTE e atestar a conformidade do material.

16.11 Comprometer-se com a perfeita execução de todos os serviços solicitados, obedecendo ao briefing e recomendações da Secretaria Legislativa de Comunicação Social da Câmara Municipal de Rondonópolis/MT.

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

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

16.14 Fazer cotações prévias de preço para os serviços a serem prestados por fornecedores, apresentando, no mínimo, 03 (três) orçamentos obtidos entre pessoas (físicas e/ou jurídicas) que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido, todas originais, em papel timbrado, que contenham a identificação do fornecedor (com, pelo menos, nome completo, CNPJ/CPF, endereço completo e telefone/celular) 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 unitários e total e, quando necessário, as especificações.

16.14.1 proceder com a coleta de orçamentos de fornecedores em envelopes fechados, que serão abertos em sessão pública, convocada e realizada sob fiscalização da CONTRATANTE, sempre que o fornecimento de bens ou serviços tiver valor superior a 0,5% (cinco décimos por cento) do valor global do contrato, observando-se os demais dispositivos previstos no Art. 14, da Lei Federal nº 12.232/2010, devendo nesta sessão ser lavrada uma ata de sua realização.

16.14.2 Promover, previamente à execução dos serviços, o cadastro de todos os fornecedores e veículos de comunicação, que serão contratados para a prestação de serviços, junto ao sistema próprio da Câmara Municipal de Rondonópolis/MT, devendo manter atualizada as informações necessárias pelo prazo estabelecido pela unidade competente.

16.14.2.1 A CONTRATADA se responsabilizará pelo fornecimento e encaminhamento via e-mail institucional específico da unidade setorial, do formulário padrão, a ser fornecido pela CONTRATANTE, com as informações necessárias para o cadastramento prévio;

16.14.2.2 No caso de a CONTRATADA ser informada pela unidade competente sobre quaisquer inconsistências contidas no formulário por ela preenchido e enviado para o cadastramento prévio, é de sua responsabilidade efetuar as medidas de saneamento;

16.14.2.3 No caso de a CONTRATADA ser informada pela unidade competente a respeito de inidoneidade de quaisquer dos fornecedores e/ou veículos de comunicação, por ela encaminhada para cadastramento prévio, a contratação não deverá ser viabilizada.

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

16.16 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.

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

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

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

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

16.21 Cumprir os prazos de apresentação de peças no prazo máximo de até 03 (três) dias úteis.

16.22 Cumprir os prazos de apresentação de campanhas no prazo máximo de até 10 (dez) dias úteis.

16.23 Em caso de atraso na comprovação de realização do serviço por prazo superior a 30 dias corridos, 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.

16.24 O não cumprimento dos prazos estabelecidos provocam à CONTRATADA sanções e penalidades, de acordo com o previsto neste Termo de Referência.

16.25 Desta forma, caso o material comprobatório não seja entregue no prazo máximo de 90 (noventa) dias corridos 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.

16.26 Encaminhar, após a aprovação do serviço pela CONTRATANTE e sem ônus a essa, 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.

16.27 Encaminhar anualmente, à equipe da Secretaria Legislativa de Comunicação Social da Câmara Municipal de Rondonópolis/MT, 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.

16.28 Encaminhar anualmente à equipe da Secretaria Legislativa de Comunicação Social da Câmara Municipal de Rondonópolis/MT, todas 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.

16.29 Produzir e entregar anualmente, em meio impresso e em arquivos digitais, o portfólio dos trabalhos realizados à 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.

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

16.30.1 a conta bancária deverá ser aquela indicada por ocasião do cadastramento, sendo titular a pessoa prestadora dos serviços especializados ou do veículo de comunicação.

16.30.2 atualizar a conta bancária da pessoa prestadora dos serviços especializados ou do veículo de comunicação cadastrada, sempre que houver a necessidade de alteração.

16.31 Entregar à CONTRATANTE cópia dos comprovantes de pagamentos feitos aos fornecedores de serviços especializados e/ou aos veículos de divulgação até o dia 10 (dez) do mês subsequente ao do pagamento realizado pela CONTRATANTE.

16.32 Entregar à CONTRATANTE, em meio eletrônico e em meio impresso, até o dia 10 (dez) de cada mês, um relatório total (mês a mês) de despesas com fornecedores de serviços especializados e/ou veículos de divulgação, com o respectivo acompanhamento de seus pagamentos, conforme modelo definido pela 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.

16.33 Comunicar imediatamente a Secretaria Legislativa 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.

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

16.35 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 Art. 4º, da Lei Federal nº 12.232/2010.

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

16.37 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.

16.38 Prestar esclarecimentos à CONTRATANTE sobre eventuais atos ou fatos desabonadores noticiados que se envolver, independente de solicitação.

16.39 Assumir 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, relacionados aos serviços por ela prestados.

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

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

16.42 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.

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

16.44 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.

16.45 a CONTRATADA indicará um PREPOSTO (gestor), que será o contato para o fiscal do contrato da CONTRATANTE e responderá pela execução dos serviços do objeto deste Termo de Referência, o qual deverá ser capaz de tomar decisões compatíveis com os compromissos assumidos.

16.45.1 o PREPOSTO se reportará, sempre que houver necessidade, diretamente ao fiscal do contrato e deverá tomar todas as providências pertinentes para que sejam corrigidas quaisquer imperfeições, defeitos e/ou falhas detectadas na execução dos serviços contratados.

16.46 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.

16.47 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 a CONTRATANTE e de mantê-la excluída da lide, assim como de reivindicações, demandas, queixas ou representações referentes a tais assuntos.

16.47.1 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.

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

16.49 O processo de seleção interna para a escolha da CONTRATADA que executará a ação publicitária seguirá a metodologia prevista de seleção interna das agências (anexa), que poderá vir a ser substituída a critério da administração pública a qualquer tempo, seguindo-se todos os critérios técnicos e legais.

16.50 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.

16.51 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.

16.52 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.

16.53 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, em conformidade com o Art. 92, XVIII, da Lei Federal nº 14.133/2021.

## **17. OBRIGAÇÕES DA CONTRATANTE**

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

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

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

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

17.5 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.

17.6 Notificar a CONTRATADA, formal e tempestivamente, sobre irregularidades observadas no cumprimento do contrato.

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

17.8 Realizar até dois meses antes do encerramento de cada período contratual de 12 (doze) meses a avaliação de qualidade do atendimento, do nível técnico dos trabalhos e dos resultados concretos obtidos com as ações de publicidade realizadas através da(s) CONTRATADA(S).

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

17.10 A Secretaria Legislativa de Comunicação Social da Câmara Municipal de Rondonópolis/MT será a responsável pela aprovação dos serviços solicitados antes da execução final, determinando assim a produção e veiculação.

17.11 Instituir processo de seleção interna entre as CONTRATADAS, cuja metodologia será disposta no Anexo III deste Termo de referência.

17.11.1 o processo de seleção interna para a escolha da CONTRATADA que executará a ação publicitária 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.

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

17.13 A 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.

17.14 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.

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

17.15.1 possibilitar a juntada de cópia pelo fiscal do contrato de todos os comprovantes nos processos de despesas correspondentes arquivados na Secretaria Legislativa de Finanças e Orçamento.

## **18. CONDIÇÕES E PRAZO DE PAGAMENTO**

18.1 Os pagamentos serão realizados até o 5º (quinto) dia útil do mês subsequente à prestação dos serviços, por campanha, após a devida prestação de contas pela agência e declaração do fiscal do contrato, atestando a regularidade da execução do objeto e a regularidade de habilitação da CONTRATADA.

18.2 De acordo com a Lei Federal nº 12.232/2010, somente pessoas físicas ou jurídicas previamente cadastradas pela 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 à CONTRATANTE de três 3 (três) orçamentos obtidos entre pessoas que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido.

18.3 A CONTRATADA fará jus ao desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, em conformidade com o Art. 11, da Lei Federal nº 4.680/1965 e do Decreto Federal nº 57.690/1966. O desconto será concedido à CONTRATADA pela concepção, execução e/ou distribuição de publicidade, por ordem e conta da CONTRATANTE, nos termos do Art. 19, da Lei Federal nº 12.232/2010.

18.3.1 a CONTRATADA repassará à CONTRATANTE o valor correspondente a 2% (dois 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).

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

18.5 A CONTRATADA não fará jus a nenhuma remuneração ou desconto de agência quando da utilização pela CONTRATANTE de créditos que a esse tenham sido concedidos por veículos de divulgação, em qualquer ação publicitária pertinente ao contrato.

18.6 O faturamento dos serviços de produção externa e veiculação deverá ser feito pelos prestadores de serviços em nome da Câmara Municipal de Rondonópolis/MT, aos cuidados da CONTRATADA, por meio da qual os pagamentos serão efetuados.

18.7 A CONTRATADA cede à 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.

18.7.1 os direitos são cedidos de forma total e definitiva para uso no Brasil ou em qualquer país do mundo.

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

18.7.3 quando necessário realizar contratações que envolvam direitos de autor e conexos, a CONTRATADA solicitará a quem de direito a concessão por prazo, finalidade, território e preço, inclusive quanto à eventual renovação do contrato, dos direitos autorais e conexos de suas respectivas titularidades.

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

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

18.7.6 é garantida a CONTRATANTE a apropriação dos direitos patrimoniais e conexos originalmente de titularidade da CONTRATADA e dos funcionários desta, sobre os resultados da execução deste CONTRATO, ressalvados os direitos autorais e conexos de terceiros.

18.8 As despesas com deslocamento de profissionais da CONTRATADA, de seus representantes ou de fornecedores por ela contratados serão de sua exclusiva

responsabilidade.

18.8.1 eventuais exceções, no exclusivo interesse do CONTRATANTE, poderão vir a ser resarcidas por seu valor líquido e sem cobrança de honorários pela CONTRATADA, desde que antecipadamente orçadas e aprovadas pela CONTRATANTE.

18.9 Quando houver resarcimento 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.

18.10 Para liquidação e pagamento das despesas referente aos serviços previamente autorizados pela Câmara Municipal de Rondonópolis/MT, as CONTRATADAS deverão apresentar:

18.10.1 a correspondente Nota Fiscal, sem rasura e em letra legível, em nome da Câmara Municipal de Rondonópolis/MT, com o seguinte endereço: Rua Cafelândia, 434 – La Salle – CEP: 78.710-050 – Rondonópolis/MT, CNPJ nº 00.177.279/0001-83, contendo o número do contrato, além das seguintes informações da CONTRATADA: nome, CNPJ e dados bancários;

18.10.2 quando referente a pagamento de fornecedores especializados e/ou veículos de comunicação, 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;

18.10.3 documento comprobatório do cadastramento prévio do fornecedor especializado e/ou veículo de comunicação junto a unidade competente da Câmara Municipal de Rondonópolis/MT.

18.10.4 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 à CONTRATANTE;

18.10.5 quando se tratar de despesas cujas cotações se deram nos termos da cláusula 16.14.1, o processo original ou cópia, conforme acordado, deverá ser juntado no processo de cotação para efeitos de pagamento, contendo os envelopes, as propostas e a ata de abertura e julgamento.

18.11 Os documentos de cobrança e comprovação da execução e entrega dos serviços para a liquidação e pagamento de despesas deverão ser encaminhados para a Secretaria Legislativa de Comunicação Social da Câmara Municipal de Rondonópolis/MT, 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.

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

18.13 A declaração do fiscal do contrato, atesta a regularidade das condições de habilitação da CONTRATADA.

18.13.1 a capacitação técnica e idoneidade fiscal das pessoas (física ou jurídica) subcontratadas pela CONTRATADA deverão ser gerenciadas e verificadas pela agência de publicidade, devendo apresentar a documentação comprobatória à Secretaria Legislativa de Comunicação Social da Câmara Municipal de Rondonópolis/MT.

18.14 O fiscal do contrato deverá apresentar planilha contendo os valores executados e saldo contratual.

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

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

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

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

## 19. MODELO DE GESTÃO DO CONTRATO

19.1 O contrato deverá ser executado fielmente pelas partes, de acordo com as cláusulas avençadas e as normas da Lei Federal nº 12.232/2010 e subsidiariamente da Lei Federal nº 14.133/2021, e cada parte responderá pelas consequências de sua inexecução total ou parcial.

19.2 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.

19.3 As comunicações entre a CONTRATANTE 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.

19.4 A CONTRATANTE poderá convocar representante da empresa para adoção de providências que devam ser cumpridas de imediato.

19.5 Após a assinatura do contrato ou instrumento equivalente, a Câmara Municipal de Rondonópolis/MT, 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.

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

19.7 A execução do contrato deverá ser acompanhada e fiscalizada pelo(s) fiscal(is) do contrato, ou pelos respectivos substitutos em conformidade com o Art. 117, *caput*, da Lei Federal nº 14.133/2021.

19.8 A Secretaria Legislativa de Comunicação Social, gestora 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.

19.9 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.

19.10 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 obstruem o fluxo normal da liquidação e do pagamento da despesa no relatório de riscos eventuais.

19.11 O gestor do contrato emitirá documento comprobatório da avaliação realizada pelos fiscais quanto ao cumprimento de obrigações assumidas pela CONTRATADA, 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.

19.12 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 Federal nº 14.133/2021, ou pelo agente ou pelo setor com competência para tal, conforme o caso;

19.13 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;

19.14 O gestor do contrato deverá enviar a documentação pertinente à Seção de Apoio à Gestão de Contratos e instrumentos congêneres para a formalização dos procedimentos de liquidação e pagamento, no valor dimensionado pela fiscalização e gestão nos termos do contrato.

## 20. DO CONTROLE E REAJUSTE DE PREÇOS

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

20.1.1 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.

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

20.3 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.

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

20.5 O contrato deverá ser assinado pelas licitantes do certame no prazo de até 05 (cinco) dias úteis, contados a partir da data de convocação da Secretaria Legislativa de Comunicação Social da Câmara Municipal de Rondonópolis/MT, sob a pena de decair do direito à contratação, sem prejuízo das penalidades previstas no Art. 90, da Lei Federal nº 14.133/2021 e alterações subsequentes.

## **21. DAS SANÇÕES/PENALIDADES**

21.1 Comete infração administrativa, nos termos do Art. 155, da Lei Federal nº 14.133/2021 e do Decreto Municipal nº 11.685/2023 o contratado que:

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

21.1.2 dar causa à inexecução total do contrato;

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

21.1.4 ensejar o retardamento da execução ou da entrega do objeto da licitação sem motivo justificado;

21.1.5 apresentar declaração ou documentação falsa exigida para o certame ou prestar declaração falsa durante a licitação ou a execução do contrato;

21.1.6 fraudar a licitação ou praticar ato fraudulento na execução do contrato;

21.1.7 comportar-se de modo inidôneo ou cometer fraude de qualquer natureza;

21.1.8 praticar atos ilícitos com vistas a frustrar os objetivos da licitação;

21.1.9 praticar ato lesivo previsto no Art. 5º, da Lei Federal nº 12.846/2013.

21.2. Serão aplicadas à CONTRATADA que incorrer nas infrações acima descritas as seguintes sanções:

21.2.1. Advertência, quando a CONTRATADA 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 pela CONTRATADA e que não justifique imposição de penalidade mais grave;

21.2.2. Multa:

21.2.2.1 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;

21.2.2.1.1 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 Art. 137, I, da Lei Federal nº 14.133/2021.

21.2.2.2 Compensatória: será aplicada multa de 0,5% (meio por cento) até 30% (trinta por cento) sobre o valor do contrato, devendo a autoridade competente observar, na dosimetria da pena, as seguintes recomendações:

21.2.2.2.1 em casos de inexecução parcial do contrato, que cause grave dano à Administração, ao funcionamento dos serviços públicos ou ao interesse coletivo (subitem 21.1.1), bem como quantos aos subitens 21.1.3 e 21.1.4, a multa será de 0,5% (meio por cento) a 15% (quinze por cento) do valor do contrato licitado;

21.2.2.2.2. em casos de inexecução total do contrato (subitem 21.1.2), bem como quanto aos itens: 21.1.5; 21.1.6; 21.1.7; 21.1.8 e 21.1.9, nas hipóteses de atos fraudulentos com o objetivo de obter vantagens indevidas, a multa será fixada entre 15% (quinze por cento) a 30% (trinta por cento) do valor do contrato licitado;

21.2.2.2.3. no caso de inexecução total, a multa será aplicada independentemente da existência ou não do prejuízo à CONTRATANTE, implicando ainda na possibilidade de rescisão do contrato;

21.2.2.3 antes da aplicação da multa será facultada a defesa do interessado no prazo de 15 (quinze) dias úteis, contados da data de sua intimação;

21.2.2.4 se a multa aplicada e as indenizações cabíveis forem superiores ao valor do pagamento eventualmente devido pela CONTRATANTE ao CONTRATADO, além da perda desse valor, a diferença será descontada da garantia prestada ou será cobrada judicialmente.

21.2.2.5 caso a CONTRATADA não tenha nenhum valor a receber da CONTRATANTE, ou os valores do pagamento e da garantia contratual forem insuficientes, a CONTRATANTE concederá o prazo de 05 (cinco) dias úteis, contados do recebimento de sua intimação, para que a multa seja paga;

21.2.2.6 esgotados os meios administrativos para a cobrança dos valores devidos, a CONTRATANTE providenciará o encaminhamento do processo à Procuradoria-Geral Legislativa para que seja realizada a cobrança judicial;

21.2.2.7 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 Federal nº 14.133/2021.

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

21.2.3.1. essa penalidade poderá ser aplicada nas seguintes hipóteses:

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

21.2.3.1.2 der causa à inexecução total do contrato;

21.2.3.1.3 deixar de entregar a documentação exigida para o certame;

21.2.3.1.4 não manter a proposta, salvo em decorrência de fato superveniente devidamente justificado;

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

21.2.3.1.6 ensejar o retardamento da execução ou da entrega do objeto da licitação sem motivo justificado;

21.2.4 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;

21.2.4.1 Declaração de inidoneidade para licitar e contratar;

21.2.4.2 a declaração de inidoneidade para licitar e contratar podendo 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.

21.2.4.2.1 essa penalidade poderá ser aplicada nas seguintes hipóteses:

21.2.4.2.1.1 apresentar declaração ou documentação falsa exigida para o certame ou prestar declaração falsa durante a licitação ou a execução do contrato;

21.2.4.2.1.2 fraudar a licitação ou praticar ato fraudulento na execução do contrato;

21.2.4.2.1.3 comportar-se de modo inidôneo ou cometer fraude de qualquer natureza;

21.2.4.2.1.4 praticar atos ilícitos com vistas a frustrar os objetivos da licitação;

21.2.4.2.1.5 praticar ato lesivo previsto no Art. 5º da Lei Federal nº 12.846/2013.

21.3 Todas as sanções previstas neste Termo poderão ser aplicadas cumulativamente com a multa (Art. 156, §7º, da Lei Federal nº 14.133/2021).

21.4 A aplicação das sanções previstas neste Termo não exclui, em hipótese alguma, a obrigação de reparação integral do dano causado à CONTRATANTE (Art. 156, §9º, da Lei Federal nº 14.133/2021).

21.5 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 Federal nº 14.133/2021 e no Decreto Municipal nº 11.685/2023.

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

21.6.1 a natureza e a gravidade da infração cometida;

21.6.2 as peculiaridades do caso concreto;

21.6.3 as circunstâncias agravantes ou atenuantes;

21.6.4 os danos que dela provierem para o contratante;

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

21.7 Os atos previstos como infrações administrativas na Lei Federal nº 14.133/2021, ou em outras leis de licitações e contratos da Administração Pública que também sejam tipificados como atos lesivos na Lei Federal nº 12.846/2013, serão apurados e julgados conjuntamente,

nos mesmos autos, observados o rito procedural e autoridade competente definidos na referida Lei e nos demais regulamentos complementares.

21.8 A personalidade jurídica da CONTRATADA poderá ser desconsiderada sempre que utilizada com abuso do direito para facilitar, encobrir ou dissimular a prática dos atos ilícitos previstos neste instrumento 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 a CONTRATADA, observados, em todos os casos, o contraditório, a ampla defesa e a obrigatoriedade de análise jurídica prévia.

21.9 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 Federal nº 14.133/2021.

21.10 A falha na execução contratual restará configurada quando:

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

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

<b>GRAU DA INFRAÇÃO</b>	<b>QUANTIDADE DE PONTOS</b>
LEVE	1 PONTO POR INFRAÇÃO
MÉDIA	2 PONTOS POR INFRAÇÃO
GRAVE	3 PONTOS POR INFRAÇÃO

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

**Tabela 2 – Grau e correspondência de cada infração**

<b>GRAU DA INFRAÇÃO</b>	<b>CORRESPONDÊNCIA</b>
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**

<b>ITEM</b>	<b>DESCRIÇÃO</b>	<b>GRAU</b>	<b>INCIDÊNCIA</b>
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 anuênciada 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	MÉDIA	POR

	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		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 accidentalmente, sem a prévia e expressa autorização da CONTRATANTE	GRAVE	POR OCORRÊNCIA
27	Recusar o resarcimento 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

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

22.11 As importâncias decorrentes de quaisquer penalidades impostas à CONTRATADA, inclusive as perdas e danos ou prejuízos que a execução do contrato tenha acarretado, quando superiores à garantia prestada ou aos créditos que a CONTRATADA tenha em face da CONTRATANTE, que não comportarem cobrança amigável, serão cobrados judicialmente.

21.11.1 caso a CONTRATANTE tenha de recorrer ou comparecer a juízo para haver o que lhe for devido, a CONTRATADA ficará sujeita ao pagamento, além do principal do débito, da pena convencional de 10% (dez por cento) sobre o valor da ação, 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.

## **22. ESTIMATIVAS DO VALOR DA CONTRATAÇÃO**

22.1 O custo estimado total da contratação é de R\$ 4.000.000,00 (quatro milhões de reais).

22.2 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.

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

22.4 Contextualização:

22.4.1 o atual contrato de publicidade da Câmara Municipal de Rondonópolis encontra-se defasado financeiramente e operacionalmente;

22.4.2 desde a última atualização significativa, já se passaram quatro anos, período em que houve relevantes mudanças no cenário da comunicação institucional, nos valores de referência praticados pelo mercado e nas exigências legais e sociais de transparência, informação e conscientização;

22.5 Atualização de Valores de Mercado:

22.5.1 segundo a tabela de custos referenciais do SINAPRO/MT (Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Mato Grosso), houve reajustes acumulados no período, refletindo aumento de preços em serviços de criação, veiculação, produção gráfica, audiovisual e digital. A manutenção do valor anterior de R\$ 850 mil não cobre a realidade atual de mercado, inviabilizando a execução de campanhas institucionais de qualidade e alcance compatíveis com a necessidade da Câmara.

22.6 Ampliação da Demanda Institucional:

22.6.1 nos últimos anos, houve incremento expressivo na necessidade de campanhas públicas voltadas à conscientização e mobilização social. Hoje, a Câmara Municipal atua em calendários temáticos obrigatórios e relevantes, como: Setembro Amarelo (Prevenção ao Suicídio), Outubro Rosa (Saúde da Mulher), Novembro Azul (Saúde do Homem), Campanhas de Combate à Violência Contra a Mulher, Conscientização sobre o Autismo e Inclusão, Temáticas Ambientais, de Saúde Pública e Cidadania, além de programas instituídos, como por exemplo: Câmara Itinerante e Vereador Mirim.

22.6.2 cada um desses temas exige planejamento, produção e veiculação adequados, em múltiplos canais de comunicação.

22.7 Novos Canais e Necessidade de Impulsionamento Digital:

22.7.1 a comunicação institucional não se restringe mais a meios tradicionais (TV, rádio e jornal). Hoje, a sociedade se informa majoritariamente por canais digitais, exigindo que a Câmara esteja presente em redes sociais e plataformas online, com investimento em: Produção de Conteúdo Digital, Gestão de Mídias Sociais, Impulsionamento de Publicações (para ampliar alcance e efetividade), Monitoramento de Fake News e Desinformação.

22.8 Sem recursos adequados, a instituição não consegue garantir a informação correta à população, nem combater o crescimento da desinformação que fragiliza a democracia.

22.9 Fundamentação Legal para o aumento no investimento:

22.9.1 o Art. 37, *caput*, da Constituição Federal, que impõe à Administração Pública os princípios da publicidade e da eficiência;

22.9.2 a Lei Federal nº 12.232/2010, que regulamenta a contratação de serviços de publicidade pela Administração Pública, autorizando a adequação dos valores conforme critérios de mercado e tabelas referenciais;

22.9.3 a Tabela SINAPRO/MT, reconhecida como parâmetro oficial de preços e reajustes do setor.

22.10 Portanto, é juridicamente legítimo atualizar o teto licitatório para compatibilizá-lo com as demandas sociais e de interesse público, com os custos de mercado e com as obrigações constitucionais e demais impositivos legais que recaem sobre as atividades realizadas por este Parlamento Municipal.

## **23. PÚBLICO-ALVO**

23.1 A população da cidade de Rondonópolis/MT e seus distritos, sociedade civil - homens e

mulheres, além de formadores de opinião.

#### **24. ADEQUAÇÃO ORÇAMENTÁRIA**

24.1 As despesas decorrentes da presente contratação correrão à conta de recursos específicos consignados no orçamento da Câmara Municipal de Rondonópolis/MT.

24.2 A contratação será atendida pela seguinte dotação:

##### **PREVISÃO: 2025**

##### **01 – CÂMARA MUNICIPAL DE RONDONÓPOLIS**

##### **004 – SECRETARIA LEGISLATIVA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL**

##### **01.032.1010.2477 – REALIZAR A PUBLICIDADE INSTITUCIONAL E PUBLICIDADE DE UTILIDADE PÚBLICA**

##### **3.3.90.39.00.00 – OUTROS SERVIÇOS DE TERCEIROS – PESSOA JURÍDICA**

##### **87 – SERVIÇO DE PUBLICIDADE DE UTILIDADE PÚBLICA – PESSOA JURÍDICA**

##### **88 - SERVIÇO DE PUBLICIDADE INSTITUCIONAL – PESSOA JURÍDICA**

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

#### **25. OBSERVAÇÕES FINAIS**

25.1 É facultada à Agente/Comissão de Contratação, 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.

25.2 A Agente/Comissão de Contratação, 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 Câmara Municipal de Rondonópolis para a execução do contrato.

25.3 A Agente/Comissão de Contratação 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.

25.4 Até a assinatura do contrato, a licitante vencedora poderá ser desclassificada ou inabilitada se a Câmara Municipal de Rondonópolis tiver conhecimento de fato desabonador à sua classificação técnica ou à sua habilitação, conhecido após o julgamento de cada fase.

25.5 Se ocorrer desclassificação ou inabilitação da licitante vencedora, por fatos referidos no item precedente, a Câmara Municipal de Rondonópolis poderá convocar as licitantes remanescentes, obedecida a ordem de classificação final das Propostas Técnicas ou revogar esta concorrência.

25.6 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, a 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.

25.6.1 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.

25.7 Se houver indícios de conluio entre as licitantes ou de qualquer outro ato de má-fé, a Câmara Municipal de Rondonópolis comunicará os fatos verificados aos órgãos e instituições competentes para que sejam tomadas as providências devidas.

25.8 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 Art. 178, da Lei Federal nº 14.133/2021, que acrescentou o Capítulo II-B, Art. 337-I, ao Título XI da Parte Especial do Decreto-Lei Federal nº 2.848/1940.

25.9 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.

25.10 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.

25.11 A nulidade do procedimento licitatório induz à do contrato, sem prejuízo do disposto no do Art. 148, parágrafo único, da Lei Federal nº 14.133/2021.

25.12 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.

25.13 Antes da data marcada para o recebimento dos invólucros com as Propostas Técnica e de Preços, a Agente/Comissão de Contratação 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.

25.14 Constituem parte deste Termo de Referência todos os seus anexos.

25.15 Correrão por conta da CONTRATANTE as despesas que incidirem sobre a formalização do contrato, incluídas as decorrentes de sua publicação, que deverá ser efetivada em extrato, no Diário oficial do município e/ou demais veículos que se julgar necessário, na forma prevista no do Art. 91, parágrafo único, da Lei Federal nº 14.133/2021.

25.16 As questões suscitadas pelo Edital que não puderem ser dirimidas administrativamente serão processadas e julgadas no foro da Comarca de Rondonópolis - MT.

Rondonópolis MT, \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de 2025.

**RINALDO CARDOSO MEIRA**  
Chefe de Seção de Apoio à Gestão de Processos Licitatórios

**PAULA RENATA CRESPIM SILVA**  
Coordenadora de Comunicação Social

Autorização

\_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_

**MIRIAM APARECIDA TRENTO MONTEIRO DE PAULA**  
Secretaria Legislativa de Comunicação Social

Do Deferimento:

Autorizo a realização de cotação de preços pelo Setor de Compras.

em: \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_

**PAULO SCHUH**  
Presidente da Câmara Municipal

**CONCORRÊNCIA Nº 001/2025**

**ANEXO III  
CREDENCIAMENTO  
(MODELO)**

**RAZÃO SOCIAL DA EMPRESA**

CNPJ nº **XXXXXXXXXXXXXXXXXX**

Endereço Completo:

Telefone: **(XX) XXXXXXXXX**

E-mail: **XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX**

Contato: **XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX**

Cargo/Função: **XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX**

Pelo presente, credenciamos o (a) Sr. (a)....., portador da Cédula de Identidade RG nº ....., expedida pela ....., como nosso representante legal na licitação promovida pela Câmara Municipal de Rondonópolis, consistente na Concorrência nº 001/2025, podendo rubricar a documentação de Habilitação e das Propostas, manifestar, prestar todos os esclarecimentos à nossa Proposta, interpor recursos, desistir de prazos e recursos, enfim, praticar todos os atos inerentes ao referido procedimento, no que diz respeito aos interesses da REPRESENTADA.

....., ..... de ..... de 20....

(ASSINATURA)

**NOME COMPLETO DO REPRESENTANTE LEGAL DA EMPRESA**

**OBS.: ESTE DOCUMENTO DEVE SER ENTREGUE EM PAPEL TIMBRADO DA EMPRESA LICITANTE.**

## CONCORRÊNCIA Nº 001/2025

### ANEXO IV DECLARAÇÃO DE CUMPRIMENTO DE REQUISITOS LEGAIS

#### **RAZÃO SOCIAL DA EMPRESA**

CNPJ nº XXXXXXXXXXXXXXXXXX

Endereço Completo:

Telefone: (XX) XXXXXXXXXX

E-mail: XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX

Contato: XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX

Cargo/Função: XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX

### DECLARAÇÃO DE CUMPRIMENTO DE REQUISITOS LEGAIS CONSOLIDADA

#### **1. Requisitos de habilitação**

Declaramos, para todos os efeitos legais, que a empresa reúne todos os requisitos de habilitação exigidos no Edital, quanto às condições de habilitação jurídica, fiscal, trabalhista, social e técnica.

#### **2. Trabalho de Menores**

Declaramos, sob as penas da lei, que a empresa: Não possui em seu quadro de pessoal, empregados com menos de dezoito anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre e menores de dezesseis anos, em qualquer trabalho, salvo na condição de aprendiz, a partir de catorze anos, nos termos do inciso XXXIII do art. 7º da Constituição Federal; Ressalva: ( ) emprega menor a partir de quatorze anos na condição de aprendiz.

#### **3. Trabalho degradante ou forçado**

Declaramos, sob as penas da lei, que a empresa em sua cadeia produtiva, empregados executando trabalho degradante ou forçado, observando o disposto nos incisos III e IV do art. 1º e no inciso III do artigo 5º da Constituição Federal.

#### **4. Inclusão e acessibilidade**

Declaramos, sob as penas da lei, que a empresa cumpre a obrigatoriedade da reserva de cargos prevista em lei para pessoa com deficiência ou para reabilitado da Previdência Social e que atendem às regras de acessibilidade previstas na legislação, conforme disposto no art. 93 da Lei nº 8.213, de 24 de julho de 1991.

#### **5. Vínculo com servidores públicos**

Declaramos, sob as penas da lei, que a empresa não possui em seu quadro de pessoal servidores públicos do Poder Legislativo Municipal exercendo funções técnicas, comerciais, de gerência, administração ou tomada de decisão; Não possui parentesco com servidores públicos do Poder Legislativo Municipal que detenham influência sobre o resultado da licitação, a exemplo dos integrantes da comissão de contratação, pareceristas, bem como aqueles com capacidade de interferir na própria condução e fiscalização do contrato resultante da licitação como os gestores e fiscais de contrato.

#### **6. Enquadramento e tratamento diferenciado (LC nº 123/2006)**

Declaramos, sob as penas da lei, observado o disposto nos §§ 1º ao 3º do art. 4º, da Lei nº 14.133, de 2021, que a empresa cumpre os requisitos previstos na Lei Complementar nº 123, de 2006, em especial quanto ao seu artigo 3º e que na presente data é considerada:

- MICROEMPRESA, conforme inciso I, artigo 3º, da LC nº 123/2006;
- EMPRESA DE PEQUENO PORTE, conforme inciso II, artigo 3º, da LC nº 123/2006;
- COOPERATIVA enquadrada no artigo 34 da Lei nº 11.488, de 2007.

Requer, portanto, o tratamento diferenciado previsto na LC nº 123/2006, declarando estar ciente das consequências legais da apresentação de declaração falsa para fins de obtenção de tais benefícios. Por fim, declaramos que no ano calendário de realização desta licitação, não celebraremos contratos com a Administração Pública cujos valores somados extrapolarem a receita bruta máxima admitida para fins de enquadramento como empresa de pequeno porte.

#### **7. Ausência de penalidade que vede a contratação com o órgão**

Declaramos, sob as penas da lei, que não há nenhum fato impeditivo para contratar com a Administração Pública.

#### **8. Conhecimento do objeto e condições contratuais**

Declaramos, sob as penas da lei, que temos plena ciência de todas as informações do objeto, prazos, obrigações e condições estabelecidas no Edital afeto à pretensa da contratação.

#### **9. Proposta econômica e encargos**

Declaramos, sob as penas da lei, que a proposta econômica ofertada comprehende a integralidade dos custos, inclusive as despesas de mão de obra, impostos, bem como, com o atendimento aos direitos trabalhistas assegurados na Constituição Federal, nas leis trabalhistas, nas normas infralegais, nas convenções de trabalho e nos termos de ajustamento de condutas vigentes e outros que se fizerem necessários.

#### **10. Elaboração independente de proposta**

Declaramos, sob as penas da lei, que a proposta foi elaborada de forma independente, não tendo sido, no todo ou em parte: Informada, discutida ou recebida de qualquer outro participante potencial ou efetivo da licitação; Influenciada por qualquer outro participante quanto à decisão de participar ou não do certame; Comunicada ou discutida com qualquer outro participante antes da adjudicação; Informada a qualquer integrante da Câmara Municipal de Rondonópolis antes da abertura oficial das propostas.

Declaramos ainda, estarmos plenamente cientes do teor e da extensão desta declaração, detendo plenos poderes e informações para firmá-la.

....., ..... de ..... de 20.....

(ASSINATURA)

**NOME COMPLETO DO REPRESENTANTE LEGAL DA EMPRESA**

**OBS.: ESTE DOCUMENTO DEVE SER ENTREGUE EM PAPEL TIMBRADO DA EMPRESA LICITANTE.**

**CONCORRÊNCIA Nº 001/2025**

**ANEXO V**  
**ATESTADO DE CAPACIDADE TÉCNICA**  
**(MODELO)**

Atestamos, a pedido da interessada e para fins de prova, que a empresa ..... inscrita no CNPJ/MF sob o nº ..... estabelecida na Rua ....., nº....., bairro ....., na cidade de ....., Estado de ....., forneceu satisfatoriamente à [nome da empresa contratante em negrito], CNPJ/MF sob o nº ..... os serviços constantes da relação abaixo, dentro dos prazos e condições contratados:

<b>Nº da Nota Fiscal:</b>	<b>Nº do Contrato:</b>
<b>Descrição dos Serviços Prestados</b>	<b>Período</b>

Registrarmos, ainda, que a empresa cumpriu fielmente com suas obrigações, nada constando que a desabone técnica e comercialmente, até a presente data.

....., ..... de ..... de 20....

(ASSINATURA)

**NOME COMPLETO DO REPRESENTANTE LEGAL DA EMPRESA**

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

**OBS.: ESTE DOCUMENTO DEVE SER ENTREGUE EM PAPEL TIMBRADO DA EMPRESA EMITENTE.**

## CONCORRÊNCIA Nº 001/2025

### ANEXO VI DECLARAÇÃO DE FUTURA CONTRATAÇÃO DE PROFISSIONAL DA EQUIPE TÉCNICA (MODELO)

A empresa ..... inscrita no CNPJ sob o nº ....., declara, para fins de participação na licitação promovida pela Câmara Municipal de Rondonópolis, referente à Concorrência nº 001/2025, que o(a) profissional abaixo identificado(a) integrará a equipe técnica desta empresa, estando contratado(a) para a prestação de serviços de ....., caso esta empresa seja declarada vencedora do referido certame.

Esta declaração visa atender ao disposto no subitem 11.5.3.3.2.1.4. do edital e artigo 67 da Lei Federal nº 14.133/2021.

Data: ...../...../2025.

(ASSINATURA)  
**NOME COMPLETO DO REPRESENTANTE LEGAL DA EMPRESA**

#### DADOS DO PROFISSIONAL INDICADO:

Nome completo: .....

CPF: .....

Cargo/Função a ser exercida: .....

Formação/Qualificação: .....

Registro Profissional (se aplicável): .....

Vínculo previsto: ( ) CLT ( ) Contrato de prestação de serviços ( ) Outro: \_\_\_\_\_

#### ANUÊNCIA DO PROFISSIONAL

Eu, ....., portador do CPF nº ....., declaro estar de ciente de que minhas qualificações técnico-profissionais foram expressamente consideradas e avaliadas, no âmbito da licitação em referência, como compatíveis com os requisitos exigidos no edital, e que minha participação é essencial para a execução do objeto, estando de pleno acordo com a contratação relacionada neste documento, comprometendo-me a executar as atividades técnicas definidas no edital e no contrato, segundo as orientações da Contratante e em conformidade com o plano de trabalho aprovado.

Data: ...../...../2025

(ASSINATURA)  
**NOME COMPLETO DO PROFISSIONAL**

## CONCORRÊNCIA Nº 001/2025

### ANEXO VII MINUTA DE CONTRATO

#### CONTRATO DE Nº. xx/202x PARA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE QUE, ENTRE SI, FAZEM A CÂMARA MUNICIPAL DE RONDONÓPOLIS E A EMPRESA

---

**CONTRATANTE:** O MUNICÍPIO DE RONDONÓPOLIS, por intermédio da CÂMARA MUNICIPAL DE RONDONÓPOLIS, inscrita no CNPJ (MF) sob o nº 00.177.279/0001-83, com sede na Rua Cafelândia, nº 434, bairro La Salle, na cidade de Rondonópolis-MT, representada por seu Presidente, Sr. PAULO CÉSAR SCHUH, inscrito no CPF sob o nº \*\*\*.229.671-\*\*, portador do RG de nº \*\*\*5679-SESP/PR.

**CONTRATADA:** O(A) ....., inscrito(a) no CNPJ/MF sob o nº ....., estabelecido(a) na ....., representado(a) pelo(a) [inserir cargo], Sr.(a) ....., portador(a) do RG de nº ....., expedido pela (o) ....., inscrito no CPF (MF) sob o nº ....., de acordo com a representação que lhe é outorgada por [procuração/contrato social/ estatuto social].

**CONTRATADA:** O(A) ....., inscrito(a) no CNPJ/MF sob o nº ....., estabelecido(a) na ....., representado(a) pelo(a) [inserir cargo], Sr.(a) ....., portador(a) do RG de nº ....., expedido pela (o) ....., inscrito no CPF (MF) sob o nº ....., de acordo com a representação que lhe é outorgada por [procuração/contrato social/ estatuto social].

As **CONTRATANTES** têm entre si justo e avençado, e celebram o presente contrato, instruído no **Processo Administrativo nº. xxx/202x** e **Concorrência Pública nº xxx**, mediante as cláusulas e condições que se seguem:

#### **CLÁUSULA PRIMEIRA – FUNDAMENTAÇÃO LEGAL E VINCULAÇÃO DO CONTRATO**

1.1. O presente Termo de Contrato fundamenta-se nas **Leis nº 12.232/2010, 14.133/2021, 4.680/1966, Decreto Nº 57.690/1966 e Decreto Legislativo nº 1701/2024**, e ainda, das Normas Padrão – Padrão da Atividade Publicitária do Conselho Executivo das Normas – Padrão (CENP), e vincula - se ao **Edital e anexos, Termo de Referência nº. 22/2025, Processo Administrativo nº. 167/2025**, bem como à proposta da **CONTRATADA**, independente de transcrição.

#### **CLÁUSULA SEGUNDA – OBJETO:**

2.1. O presente Contrato tem como objeto Contratação de 02 (duas) agências de propaganda para prestação de serviços contínuos de publicidade para a Câmara Municipal de Rondonópolis/MT, sem segregação em lotes, itens ou contas publicitárias, para executar um conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação, a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação com o objetivo de promover os serviços e identidade visual, dar publicidade, divulgar as políticas públicas e as ações deste Parlamento Municipal, ao público em geral, conforme Art. 37, §1º, da Constituição Federal/1988.

2.2. Em consonância com o art. 13, da Lei nº 12.232/10, a definição do objeto do contrato de serviços previstos nesta lei e das cláusulas que integram dar-se-á em estrita vinculação ao estabelecido no instrumento convocatório da licitação e aos termos da legislação em vigor.

2.3 Da mesma forma, o parágrafo único do citado artigo afirma que a execução do

contrato dar-se-á em total conformidade com os termos e condições estabelecidas na licitação e no respectivo instrumento contratual.

ITEM	CÓD	CÓD TCE	QTD	UNID.	DESCRÍÇÃO	VALOR
01	1838	406917-0	01	UN	CONTRATAÇÃO DE 02 (DUAS) AGÊNCIAS DE PROPAGANDA PARA PRESTAÇÃO DE SERVIÇO DE PUBLICIDADE PARA A CÂMARA MUNICIPAL DE RONDONÓPOLIS/MT, 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 PUBLICIDADE AOS VEÍCULOS E DEMAIS MEIOS DE DIVULGAÇÃO.	R\$ 4.000.000,00

#### **CLÁUSULA TERCEIRA – DO REGIME DE EXECUÇÃO:**

3.1. O regime de execução dos serviços é aquele previsto no **Termo de Referência anexo do Edital**.

#### **CLÁUSULA QUARTA – DA VIGÊNCIA:**

4.1. O prazo de vigência do contrato será de **12 (doze)** meses, contados a partir da data de sua assinatura em **xx/xx/xxxx até xx/xx/xxxx**, **podendo ser prorrogado por interesse das partes, respeitado o limite decenal**, nos termos do artigo 106 e 107, da Lei 14.133/21.

4.2 Para a assinatura do presente instrumento, a Contratada deve apresentar a comprovação de possuir em seu quadro, 01 (um) profissional publicitário, por intermédio dos seguintes documentos:

4.2.1 no caso de empregado da empresa, apresentação da ficha de registro de empregado ou do registro em carteira de trabalho e previdência social – CTPS, em que conste a licitante como contratante;

4.2.2 no caso de ser sócio – proprietário da empresa, apresentação do contrato social ou outro documento legal devidamente registrado na junta comercial;

4.2.3 no caso de prestador de serviços, contrato de prestação de serviços, regido pela legislação civil comum (sem necessariamente possuir vínculo trabalhista com a licitante).

4.3 O profissional indicado pela licitante poderá ser substituído por profissional de experiência equivalente ou superior, desde que aprovado pela Administração.

#### **CLÁUSULA QUINTA – DO PREÇO:**

5.1. O valor estimado do presente Termo de Contrato é de **R\$ xxx (xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx)**.

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

#### **CLÁUSULA SEXTA – DOS RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS:**

6.1. As despesas decorrentes desta contratação estão programadas em dotação orçamentária própria, prevista no Orçamento da **CONTRATANTE**, para o exercício de **202X**, na classificação abaixo:

**01 - CÂMARA MUNICIPAL DE RONDONÓPOLIS**  
**004 - SECRETARIA LEGISLATIVA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL**

**01.032.1010.02477 – REALIZAR A PUBLICIDADE INSTITUCIONAL E PUBL. DE UTILIDADE PÚBLICA**  
**3.3.90.39.00.00 – OUTROS SERVIÇOS DE TERCEIROS – PESSOA JURÍDICA.**  
**87 – SERVIÇO DE PUBLICIDADE DE UTILIDADE PÚBLICA – PESSOA JURÍDICA**  
**88 – SERVIÇO DE PUBLICIDADE INSTITUCIONAL – PESSOA JURÍDICA**

6.2. A **CONTRATANTE** se reserva o direito de, a seu critério, utilizar ou não a totalidade dos recursos previstos.

#### **CLÁUSULA SÉTIMA - ENTREGA E RECEBIMENTO DO OBJETO**

7.1 As condições de entrega e recebimento do objeto são aquelas previstas no Termo de Referência, anexo do Edital.

#### **CLÁUSULA OITAVA – REAJUSTE**

8.1 O reajuste será realizado conforme previsto no Termo de Referência, anexo do Edital.

#### **CLÁUSULA NONA – DAS OBRIGAÇÕES DA CONTRATANTE E DA CONTRATADA:**

9.1. As obrigações da **CONTRATANTE** e da **CONTRATADA** são aquelas previstas no Termo de Referência, anexo do Edital.

#### **CLÁUSULA DÉCIMA – CLAÚSULA NONA – MODELO DE GESTÃO DE CONTRATOS E FISCALIZAÇÃO**

10.1 O modelo de gestão de contratos e fiscalização serão aqueles previstos no **Termo de Referência, Anexo do Edital**.

10.2 A fiscalização deste contrato ficará a cargo de um servidor da **CONTRATANTE** que será nomeado após formalização do contrato, podendo ser substituído pelo Secretário Legislativo de Administração.

#### **CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA – DA REMUNERAÇÃO**

11.1. Pelos serviços prestados, a **CONTRATADA** será remunerada e resarcida conforme proposta de preço, disposto no anexo I do termo de referência.

11.2. A remuneração das agências terá os seguintes critérios:

11.2.1. A **CONTRATADA** não fará jus a:

a) nenhuma remuneração ou desconto de agência quando da utilização pela **CONTRATANTE** de créditos que a esse tenham sido concedidos por veículos de divulgação, em qualquer ação publicitária pertinente ao contrato.

11.3. Despesas com deslocamento de profissionais da **CONTRATADA**, de seus representantes ou de fornecedores por ela contratados serão de sua exclusiva responsabilidade. Eventuais exceções, no exclusivo interesse do **CONTRATANTE**, poderão vir a ser resarcidas por seu valor líquido e sem cobrança de honorários pela **CONTRATADA**, desde que antecipadamente orçadas e aprovadas pela **CONTRATANTE**:

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

11.4. A seleção interna das agências contratadas para a prestação de serviços institucionais e de utilidade pública será conduzida conforme os critérios estabelecidos no **Anexo III – Metodologia para Seleção Interna das Agências**, conforme previsto no Termo de Referência.

#### **CLAUSULA DÉCIMA SEGUNDA – DAS CONDIÇÕES DE PAGAMENTO**

12.1 As condições de pagamento são aquelas previstas no **Termo de Referência, anexo do Edital**.

#### **CLÁUSULA DÉCIMA TERCEIRA – DOS DIREITOS AUTORAIS:**

13.1. Os direitos autorais são aqueles previstas no **Termo de Referência conforme item 18.7.1, anexo do Edital**.

#### **CLÁUSULA DÉCIMA QUARTA - MANUTENÇÃO DAS CONDIÇÕES DE HABILITAÇÃO E QUALIFICAÇÃO**

14.1. A **CONTRATADA** deverá manter, durante toda a execução do contrato, em compatibilidade com obrigações por ela assumidas, todas as condições de habilitação e qualificação exigidas na licitação.

#### **CLÁUSULA DÉCIMA QUINTA – DA GARANTIA:**

15.1. As CONTRATADAS prestarão individualmente garantia, em favor da contratante, no valor correspondente a 2% (dois por cento) do valor do contrato que será de **R\$ xxxxxxxx (xxxxxxxxxxxxxx)**, 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.

15.2. Poderá haver substituição entre modalidades de garantia, durante a vigência do Contrato, desde que previamente aprovada pela Câmara Municipal de Rondonópolis;

15.3. Em caso de aditamento do contrato, que implique a sua alteração temporal ou econômica, a **CONTRATADA** deverá providenciar, em até **05 (cinco)** dias úteis da emissão do respectivo aditamento, a complementação do valor e prazo da garantia.

15.4. O não comparecimento do licitante para apresentar a garantia no prazo estabelecido no subitem 15.1, implicará na decadência de seus direitos como vencedor do certame e será considerada como recusa injustificada em assinar o contrato ficando passível de sanções administrativas prevista na Lei 14.133/21.

15.5. Se o valor da garantia vier a ser utilizado, total ou parcialmente, no pagamento de qualquer obrigação vinculada a este ajuste, incluída a indenização a terceiros, a **CONTRATADA** deverá proceder à respectiva reposição, no prazo máximo de **03 (três)** dias úteis, contados da data do recebimento da notificação da **CONTRATANTE**;

15.6. Após o cumprimento fiel e integral de todas as obrigações assumidas neste Contrato, a garantia, ou seu saldo, será liberada ou restituída, a pedido da **CONTRATADA**:

15.6.1. Na restituição de garantia realizada em dinheiro, seu valor ou saldo será corrigido com base na variação do Índice da Caderneta de Poupança;

15.7. Em caso de atualização do total estimado de despesas deste Contrato, a **CONTRATANTE** exigirá a complementação do valor da garantia, para que se mantenha o percentual estabelecido no item 15.1;

#### **CLÁUSULA DÉCIMA SEXTA – DAS SANÇÕES ADMINISTRATIVAS:**

16.1. As sanções administrativas da **CONTRATANTE** e da **CONTRATADA** são aquelas previstas no **Termo de Referência, anexo do Edital**

#### **CLÁUSULA DÉCIMA SÉTIMA – DOS CASOS OMISSOS**

17.1. Os casos omissos serão decididos pela **CONTRATANTE**, segundo as disposições contidas na Lei Federal 12.232/2010, Lei Federal 4.680/1965, Decreto Federal 54.690/1966, Lei nº 14.133, de 2021, na Lei 123, de 2006, alterada pela Lei 147, de 2014, e demais normas de licitações e contratos administrativos e, subsidiariamente, segundo as disposições contidas na Lei nº 8.078, de 1990 - Código de Defesa do Consumidor - e normas e princípios gerais dos contratos.

#### **CLÁUSULA DÉCIMA OITAVA – RESCISÃO**

18.1. O presente Termo de Contrato poderá ser rescindido nas hipóteses previstas no art. 137 da Lei nº 14.133, de 2021, com as consequências indicadas no art. 139 da mesma Lei, sem prejuízo da aplicação das sanções previstas na cláusula décima sexta.

18.2. A **CONTRATADA** reconhece os direitos da **CONTRATANTE** em caso de rescisão administrativa prevista na Lei nº 14.133, de 2021.

18.4. O termo de rescisão, sempre que possível, deverá indicar:

18.4.1. Balanço dos eventos contratuais já cumpridos ou parcialmente cumpridos;

18.4.2. Relação dos pagamentos já efetuados e ainda devidos;

18.4.3. Indenizações e multas.

18.4.3.1 O valor da multa poderá ser descontado das faturas devidas a Contratada.

18.5. No caso de rescisão provocada por inadimplemento da Contratada, a Contratante poderá reter, cautelarmente, os créditos decorrentes do contrato até o valor dos prejuízos causados, já calculados ou estimados;

18.6. Caso a câmara não se utilize da prerrogativa de rescindir o contrato a seu exclusivo critério, poderá suspender a sua execução e/ou sustar o pagamento das faturas, até que a Contratada cumpra integralmente a condição contratual infringida;

18.7. No procedimento que visa a rescisão contratual será assegurado o contraditório e ampla defesa, sendo que a Contratante poderá adotar, motivadamente, providências acauteladoras.

### **CLÁUSULA DÉCIMA NONA – ALTERAÇÕES**

19.1. Eventuais alterações contratuais reger-se-ão pela disciplina do art. 124 da Lei nº 14.133, de 2021.

19.2. A **CONTRATADA** é obrigada a aceitar, nas mesmas condições contratuais, os acréscimos ou supressões que se fizerem necessários, até o limite de 25% (vinte e cinco por cento) do valor inicial atualizado do contrato.

19.3. As supressões resultantes de acordo celebrado entre as partes contratantes poderão exceder o limite de 25% (vinte e cinco por cento) do valor inicial atualizado do contrato.

19.4. Todas as alterações que se fizerem necessárias serão registradas por intermédio de lavratura de termo aditivo ou apostilamento ao presente Termo de Contrato.

### **CLÁUSULA VIGÉSIMA – DAS DISPOSIÇÕES GERAIS**

20.1. A **CONTRATADA** guiar-se-á pelo Código de Ética dos profissionais de propaganda e pelas normas correlatas, com o objetivo de produzir publicidade que esteja de acordo com o Código de Defesa do Consumidor e demais leis vigentes, a moral e os bons costumes e principalmente os norteadores da Administração Pública;

20.2. A **CONTRATANTE** providenciará a publicação do extrato deste Contrato e de seus eventuais termos aditivo no Diário Oficial de Rondonópolis, as suas expensas, na forma prevista no art. 89, §1º e seguintes, da Lei nº 14.133/2021;

20.3. Fica ressalvado que a contratante poderá, se for de sua conveniência, efetuar o DISTRATO independentemente de interpelação judicial, bem como, se houver o interesse das partes neste sentido e a contratada compromete-se a devolver o objeto da CONTRATANTE, nas condições normais de uso, obrigando-se a cumprir por si e por seus sucessores.

20.4. Constituem direitos e prerrogativas da **CONTRATANTE**, além dos previstos em outras leis, os constantes da Lei nº 14.133/2021, que a **CONTRATADA** aceita e a eles se submete;

20.5. São assegurados a **CONTRATANTE** todos os direitos previstos na Lei nº 8.078, de 1990 (Código de defesa do Consumidor);

20.6. A omissão ou tolerância das partes - em exigir o estrito cumprimento das disposições deste Contrato ou em exercer prerrogativa dele decorrente, não constituirá novação ou renúncia nem lhes afetará o direito de, a qualquer tempo, exigirem o fiel cumprimento do avançado.

### **CLÁUSULA VIGÉSIMA PRIMEIRA – DO FORO**

21.1. As questões decorrentes da execução deste Contrato que não possam ser dirimidas administrativamente serão processadas e julgadas no Juízo da Justiça Estadual, foro da

cidade de Rondonópolis-MT, com exclusão de qualquer outro.

E por estarem devidamente acordados, decidiram as partes contratantes aceitarem as disposições aqui estabelecidas, assinando o presente em 03 (quatro) vias de igual teor.

**Rondonópolis-MT, XXXX de XXXX de 202X.**

**CÂMARA MUNICIPAL RONDONÓPOLIS**  
**PAULO CESAR SCHUH**  
Contratante

**EMPRESA**  
**CNPJ:**  
Contratada

**IBRAHIM ZAHER**  
Primeiro Secretário

**ARISTÓTELES CADIDÉ DA SILVA**  
Procurador Geral Legislativo- OAB/MT – 31771/0

**TESTEMUNHAS:**

**ANDRÉ EDUARDO SOARES CLOSS**  
CPF: \*\*\*.598.941-\*\*

**ALICE RECH BELING**  
CPF: \*\*\*.572.850-\*\*

## CONCORRÊNCIA Nº 001/2025

### ANEXO VIII ESTUDO TÉCNICO PRELIMINAR

#### ESTUDO TÉCNICO PRELIMINAR Nº 001/2025

##### INFORMAÇÕES PRIMÁRIAS SOBRE A DESPESA

1. Órgão: Câmara Municipal de Rondonópolis
2. Estudo Técnico Preliminar - ETP Nº. 001/2025
3. Número da Unidade Orçamentária: 001/004
4. Descrição de Categoria de Investimento - Prestação de Serviços

**ÁREA REQUISITANTE:** Secretaria Legislativa de Comunicação Social

**RESPONSÁVEL:** Miriam Aparecida Trento Monteiro de Paula

### APRESENTAÇÃO

Nos termos do Art. 18, §1º, da Lei Federal nº 14.133/2021, o Estudo Técnico Preliminar deverá evidenciar o problema a ser resolvido e a melhor solução, de modo a permitir a avaliação da viabilidade técnica, socioeconômica e ambiental da contratação, conforme descrição a seguir. O presente estudo tem como objetivo analisar os elementos essenciais relacionados à licitação para contratação de serviços de publicidade a serem prestados por intermédio de agências de propaganda, com vistas à melhor atender às necessidades de comunicação publicitária da Câmara Municipal de Rondonópolis. A contratação tem como finalidade garantir transparência e eficiência na veiculação de informações institucionais e de utilidade pública.

**CONTRATAÇÃO DE 02 (DUAS) AGÊNCIAS DE PROPAGANDA PARA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS CONTÍNUOS DE PUBLICIDADE PARA A CÂMARA MUNICIPAL DE RONDONÓPOLIS/MT, SEM SEGREGAÇÃO EM LOTES, ITENS OU CONTAS PUBLICITÁRIAS, PARA EXECUTAR UM CONJUNTO DE ATIVIDADES REALIZADAS INTEGRADAMENTE QUE TENHAM POR OBJETIVO O ESTUDO, O PLANEJAMENTO, A CONCEITUAÇÃO, A CONCEPÇÃO, A CRIAÇÃO, A EXECUÇÃO INTERNA, A INTERMEDIAÇÃO, A SUPERVISÃO DA EXECUÇÃO EXTERNA E A DISTRIBUIÇÃO DE PUBLICIDADE AOS VEÍCULOS E DEMAIS MEIOS DE DIVULGAÇÃO COM O OBJETIVO DE PROMOVER OS SERVIÇOS E A IDENTIDADE VISUAL, DAR PUBLICIDADE, DIVULGAR AS POLÍTICAS PÚBLICAS E AS AÇÕES DESTE PARLAMENTO MUNICIPAL, AO PÚBLICO EM GERAL, CONFORME ART. 37, §1º, DA CONSTITUIÇÃO FEDERAL/1988.**

#### 1. DESCRIÇÃO DA NECESSIDADE DA CONTRATAÇÃO

1.1 Contratação de 02 (duas) agências de propaganda para prestação de serviços contínuos de publicidade para a Câmara Municipal de Rondonópolis/MT, sem segregação em lotes, itens ou contas publicitárias, para executar um conjunto de atividades realizadas integralmente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação, a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação com o objetivo de promover os serviços e a identidade visual, dar publicidade, divulgar as políticas públicas e as ações deste Parlamento Municipal, ao público em geral, conforme Art. 37, §1º, da Constituição Federal/1988, conforme especificações constantes neste estudo.

1.2 A definição pela contratação de mais de uma agência de publicidade considera o volume e a diversidade de ações publicitárias que são demandadas às contratadas pela Secretaria Legislativa de Comunicação Social, com os recursos destinados para esse fim.

1.3 Com isso passou-se a absorver novas competências institucionais, além das anteriores, ocasionando assim um aumento significativo das necessidades de comunicação publicitária institucional e de utilidade pública a serem atendidas.

1.4 Diante disto, entende-se que a contratação de 02 (duas) agências de publicidade corresponde de forma satisfatória e adequada ao novo volume de demandas a serem desenvolvidas pela unidade supracitada.

## **2. NORMATIVOS QUE DISCIPLINAM OS SERVIÇOS A SEREM CONTRATADOS**

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

## **3. JUSTIFICATIVA DA NECESSIDADE DA CONTRATAÇÃO**

3.1 A transformação digital impôs profundas mudanças nos hábitos de consumo de informação, exigindo das instituições públicas uma comunicação mais ágil, acessível e estratégica. O avanço das tecnologias, a popularização da internet e a multiplicidade de plataformas digitais remodelaram o modo como os cidadãos acessam conteúdos e se relacionam com o poder público.

3.2 Por meio de ações publicitárias bem estruturadas, a Câmara Municipal pode reforçar sua legitimidade institucional, ao evidenciar sua atuação na defesa dos interesses coletivos, na proteção de direitos fundamentais e na promoção da equidade social.

3.3 A visibilidade das iniciativas legislativas contribui para o engajamento da população, promove o diálogo construtivo entre representantes e representados e favorece a construção de consensos em torno da conscientização das políticas públicas mais eficazes e inclusivas.

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

3.5 Nesse contexto, a contratação de agência(s) especializada(s) em publicidade e propaganda revela-se medida indispensável para assegurar o pleno exercício da função de comunicação do legislativo, permitindo que a sociedade tenha amplo conhecimento das ações, programas e iniciativas promovidas pela Câmara Municipal de Rondonópolis, em consonância com os princípios constitucionais da publicidade e da eficiência.

3.6 O cidadão atual não apenas consome informação de forma fragmentada e em tempo real, como também espera uma comunicação direta, personalizada e interativa. Nesse contexto, a Câmara Municipal de Rondonópolis enfrenta o desafio de atualizar sua comunicação institucional para alcançar públicos diversos em diferentes meios — digitais e tradicionais.

3.7 A comunicação pública, nesse contexto, deve ser compreendida como um instrumento estratégico para a atração de investimentos, capaz de gerar interesse em potenciais investidores e fomentar a participação em processos licitatórios. Para tanto é imprescindível a utilização de diversos canais de divulgação, tanto tradicionais quanto digitais, a fim de alcançar um público amplo e diversificado.

3.8 A linguagem utilizada nas peças publicitárias deve ser clara, objetiva e concisa, destacando os benefícios e oportunidades de investimento deste Poder Legislativo. Além disso, é fundamental que a comunicação seja transparente e verídica, em consonância com os princípios da administração pública.

3.9 A frequência da veiculação das mensagens publicitárias também é um fator crucial para a consolidação da marca e a geração de resultados a longo prazo. Não basta apenas informar: é

preciso estabelecer conexão com os cidadãos, utilizando formatos e linguagens adequados a cada plataforma, de modo a garantir visibilidade, compreensão e engajamento.

3.10 A elaboração de um planejamento estratégico de comunicação, com definição clara dos objetivos, público-alvo, orçamento e cronograma, é essencial para o sucesso da iniciativa. A contratação de profissionais especializados em comunicação e marketing é fundamental para garantir a eficiência e a eficácia das ações.

3.11 Nesse sentido, a publicidade legal, quando bem estruturada, pode se configurar como um poderoso instrumento para a divulgação de campanhas sociais. Assim sendo, torna-se essencial a contratação de serviços de publicidade para a criação e veiculação de campanhas que promovam:

3.11.1 O relacionamento com o público e a visibilidade das ações legislativas: Ampliando as ações de publicidade e propaganda, que aproximem e promovam uma maior participação da população, através dos mais variados meios de comunicação atual.

3.11.2 Ações que fortaleçam a democracia: Estimulando um diálogo aberto e construtivo, entre a administração pública legislativa e a comunidade, promovendo uma maior participação na busca por soluções de interesse comum.

3.11.4 Ampliação da Transparência Pública – Garante a divulgação clara e acessível das ações da Câmara, promovendo o direito à informação da população.

3.11.5 Maior Engajamento e Participação Cidadã – Facilita a comunicação com a sociedade, incentivando a participação nos debates e decisões legislativas.

3.11.6 Padronização e Profissionalização da Comunicação – Assegura qualidade e coerência na identidade visual e nas estratégias de divulgação institucional.

3.11.7 Impactos da Ausência de Contratação: A não contratação de agência de publicidade poderia acarretar:

a) Redução da Transparência e da Publicidade – O que dificulta o acesso da população às informações públicas e compromete a prestação de contas

b) Baixo Alcance e Participação Popular – A população pode ficar desinformada sobre leis, audiências e serviços municipais, reduzindo seu envolvimento.

c) Danos à Imagem e Credibilidade da Câmara – A falta de comunicação estruturada pode gerar desconfiança e percepções negativas sobre o Legislativo.

3.12 Dessa forma, a contratação de agências de publicidade se mostra essencial para fortalecer a comunicação pública, cumprir os princípios constitucionais de publicidade e transparência e aproximar a Câmara Municipal de Rondonópolis da sociedade, promovendo maior participação cidadã e democratização da informação.

3.13 A contratação de agências de publicidade especializadas permitirá a criação de peças publicitárias eficazes e a utilização de diversos canais de comunicação, como mídias sociais, rádio, televisão e materiais impressos, a fim de alcançar um público cada vez mais amplo e diversificado.

#### **4. DESCRIÇÃO DOS REQUISITOS NECESSÁRIOS E SUFICIENTES À ESCOLHA DA SOLUÇÃO, PREVENDO OS CRITÉRIOS E PRÁTICAS DE SUSTENTABILIDADE**

4.1 Visando atender à necessidade desta Secretaria, a contratação será realizada por meio de Licitação na Modalidade Concorrência (Art. 28, II, da Lei Federal nº 14.133/2021), modo Presencial, do tipo Técnica e Preço (Art. 5º, da Lei Federal nº 12.232/2010). 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.

4.2 A avaliação presencial 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.

4.3 A utilização do envelope apócrifo, conforme previsto na Lei 12.232/2010, assegura o sigilo da autoria da proposta técnica durante a fase de avaliação, evitando qualquer tipo de influência indevida no julgamento. A combinação da modalidade presencial com o uso de ferramentas eletrônicas para a divulgação do edital e o acompanhamento do processo licitatório contribui para a transparência e a eficiência da contratação.

4.4 As interessadas em participar da licitação deverão comprovar a posse de capacidade técnica, conforme detalhado no edital. A capacidade técnica será avaliada com base na experiência da empresa em campanhas de publicidade semelhantes, na qualificação da equipe técnica, no portfólio de trabalhos e em eventuais certificações e atestados de qualidade.

4.5 A contratação será realizada mediante instrumento formal de contrato, podendo sua duração ser prorrogada por iguais e sucessivos períodos, com base nos Arts. 106 e 107, da Lei Federal nº. 14.133/21, por ser os serviços de publicidade considerados de natureza continuada.

4.6 Considerando as características do objeto, não há necessidade de transferência de conhecimento por parte da contratada para a administração pública.

4.7 Embora a contratação em questão tenha baixo impacto ambiental, a administração pública incentiva a adoção de práticas sustentáveis por parte das empresas participantes, como a utilização de materiais reciclados na produção de peças publicitárias e a escolha de veículos de mídia com menor impacto ambiental.

## 5. REQUISITOS DA CONTRATAÇÃO

5.1 Natureza da Contratação: serviço técnico especializado de natureza predominantemente intelectual, criativo e estratégico.

5.2 Quantidade de Contratadas: 02 (duas).

5.3 Duração do contrato: 12 (doze) meses, podendo sua duração ser prorrogada por iguais e sucessivos períodos, na conformidade dos Arts. 106 e 107, da Lei Federal nº. 14.133/21.

5.4 Sustentabilidade: Não se aplica.

5.5 Transição Contratual: Não se aplica.

5.6 Relevância dos Requisitos Estipulados: A especificação dos serviços encontra-se em consonância com a Lei 12.232/2010 e com as Normas Padrão da Atividade Publicitária.

5.7 Da justificativa acerca da natureza continuada do serviço e da duração inicial do contrato:

5.7.1 A contratação dos serviços de publicidade possui natureza continuada, pois é essencial para que a Câmara Municipal de Rondonópolis cumpra suas atribuições institucionais, garantindo transparência e ampla divulgação de seus atos. A interrupção desse serviço comprometeria a comunicação pública, dificultando o acesso da população às informações sobre programas, ações e decisões legislativas.

5.7.2 A Constituição Federal, no artigo 37, caput, estabelece a publicidade como princípio fundamental da administração pública. Dessa forma, a Câmara deve assegurar a difusão de informações por meio de diferentes canais, fortalecendo a transparência e o relacionamento com a sociedade.

5.7.3 Para suprir essa demanda, é necessário um processo licitatório para a contratação pleiteada, conforme previsto na Lei nº 12.232/2010.

5.7.4 O contrato abrangerá serviços de criação, planejamento e execução de ações publicitárias, incluindo produção de peças gráficas e audiovisuais, gestão de mídia e desenvolvimento de estratégias inovadoras de comunicação. Essas atividades são essenciais para garantir o direito à informação e fortalecer o papel institucional da Câmara perante os cidadãos.

## 6. LEVANTAMENTO DE MERCADO, QUE CONSISTE NA PROSPECÇÃO E ANÁLISE DAS ALTERNATIVAS POSSÍVEIS DE SOLUÇÕES

6.1 Considerando a existência de um mercado competitivo para a prestação de serviços de publicidade, caracterizado pela realização de inúmeras licitações semelhantes em todo o território nacional, a modalidade concorrência se apresenta como a mais adequada para garantir a obtenção das melhores condições para a administração pública:

6.2 Contratações similares feitas por outros órgãos:

ITEM	DESCRÍÇÃO	EDITAL/ MODALIDADE	ÓRGÃO PÚBLICO
01	Contratação de até 3 (três) agências de propaganda, para a prestação de serviços de publicidade para a Câmara Municipal de Cuiabá, sem divisão por lotes, itens, contas publicitárias ou segmento, compreendo o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo: O estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com a finalidade de divulgar as ações do Poder	CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2025	CÂMARA MUNICIPAL DE CUIABÁ

	Legislativo Municipal ao público em geral.		
02	Contratação de 01 (uma) agência para prestação de serviços de publicidade, sob demanda, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integralmente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e distribuição de publicidade de competência da Prefeitura de Luís Eduardo Magalhães – BA, aos veículos e demais meios de divulgação.	CONCORRÊNCIA PRESENCIAL Nº 010/2025	PREFEITURA DE LUÍS DE MAGALHÃES – BA
03	Contratação de 04 (quatro) agências de propaganda para a prestação de serviços de publicidade, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integralmente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e supervisão da execução externa e a distribuição de ações publicitárias junto a públicos de interesse da Administração Pública municipal direta e indireta, por intermédio da Secretaria Municipal de Comunicação - SECOM, de acordo com este Edital e seus anexos.	CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2025	PREFEITURA MUNICIPAL DE GOIÂNIA - GO
04	Contratação de serviços de publicidade, a serem prestados por intermédio de até 03 (três) agências de propaganda, para atender as demandas do TCE – Tribunal de Contas do Estado de Mato Grosso.	CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 002/2022	TRIBUNAL DE CONTAS – ESTADO DE MATO GROSSO TCE

## 7. LEVANTAMENTO DE MERCADO

7.1 O levantamento de mercado foi realizado com o objetivo de identificar alternativas possíveis e analisar as soluções disponíveis para a contratação de serviços de publicidade, conforme previsto na Lei Federal nº 12.232/2010. Essa etapa incluiu a análise de contratações similares realizadas por outros órgãos públicos, bem como a avaliação da viabilidade técnica e econômica da solução proposta.

7.2 Para fundamentar tecnicamente a presente contratação, foram analisados processos licitatórios de órgãos públicos que realizaram contratações similares de serviços de publicidade. A pesquisa considerou:

- a) Câmara Municipal de Cuiabá
- b) Prefeitura Municipal de Luís de Magalhães – BA
- c) Prefeitura Municipal de Goiânia – BA
- d) Tribunal de Contas – Estado de Mato Grosso – TCE

7.3 A concorrência (com julgamento por "técnica e preço") foi a mais eficaz nos casos analisados, garantindo equilíbrio entre qualidade e custo. Além disso, em busca em sítios de internet foi encontrada consulta pública para contratação com o mesmo objeto do estudo em pauta.

7.4 Dessa forma, a verificação da compatibilidade e da adequabilidade dos percentuais de valoração das propostas de preços estabelecidos em cada edital com a prática de mercado leva em consideração as peculiaridades desse tipo de contratação, em razão das quais, listamos, abaixo, os critérios mais significativos:

- a) o valor dos contratos pesquisados deve estar próximo ao valor da contratação que se pretende efetuar ou do contrato a prorrogar. O valor da verba deve corresponder, em tese, ao volume de ações de publicidade a serem realizadas, representadas, sobretudo, pelo volume dos investimentos em veiculação;
- b) a área de atuação ou segmento dos anunciantes pesquisados, dentro do possível, deve guardar similaridade com a área de atuação ou segmento do anunciante autor da pesquisa, a fim de que aos serviços prestados reflitam a complexidade ou o perfil das ações publicitárias do anunciante;

7.5 A presente contratação, fundamentada na modalidade concorrência, encontra amplo respaldo na existência de um mercado competitivo de agências de propaganda, tanto no Estado de Mato Grosso, quanto em outras unidades da federação.

7.6 A ampla gama de empresas qualificadas a prestar os serviços objeto desta licitação garantirá a obtenção de propostas técnicas e financeiras vantajosas para a administração pública, promovendo a disputa entre os licitantes e assegurando a escolha da proposta mais adequada aos interesses do legislativo.

## **8. DESCRIÇÃO DA SOLUÇÃO COMO UM TODO**

8.1 O objeto desta Concorrência é a prestação de serviços de publicidade, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade de interesse da Secretaria e da retomada aos veículos e demais meios de divulgação, incluindo, mas não se limitando a: televisão, rádio, jornais, revistas, internet, mídias sociais, outdoors e materiais impressos.

8.2 As propostas deverão apresentar soluções criativas e inovadoras que garantam a máxima eficácia da campanha, com o intuito de atender ao princípio da Publicidade e ao direito à informação, de difundir ideias, princípios, iniciativas ou instituições e informar o público em geral.

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

- a) à produção e à execução técnica das peças e ou material criados pela agência contratada, cujos direitos autorais pertencerão exclusivamente à administração pública;
- b) ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento relacionados diretamente a determinada ação publicitária, tais como pesquisas de mercado, pesquisas de opinião e pesquisas de satisfação;
- c) à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de publicidade destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias, inclusive sites, portais, blogs, redes sociais e demais meios de comunicação via internet visando a expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias, com o estabelecimento de metas e indicadores para a mensuração dos resultados, bem como qualquer outra tecnologia que venha a surgir durante a execução do contrato.

8.4 Dessa forma, a contratação de agências de publicidade revela-se essencial para o fortalecimento da publicidade institucional e de utilidade pública, o cumprimento dos princípios constitucionais da publicidade e da transparência, bem como para a aproximação da Câmara Municipal de Rondonópolis com a sociedade, promovendo uma interação mais efetiva entre as partes.

## **9. ESTIMATIVA DO QUANTITATIVO DOS SERVIÇOS**

### **9.1.1 metodologia aplicada**

9.1 Os serviços serão executados de acordo com a demanda da Secretaria Legislativa de Comunicação Social da Câmara Municipal de Rondonópolis/MT, entendida como a necessidade de criação de novas campanhas, a produção de materiais promocionais ou a adaptação de materiais já existentes.

9.2 A demanda será formalizada por meio de requisição de serviços emitida pela unidade solicitante referida, a qual especificará o serviço a ser executado, o prazo para entrega e demais informações relevantes. Os serviços solicitados deverão ser executados em conformidade com a Tabela do SINAPRO - MT, contados da data de recebimento da requisição de serviços.

9.3 Em caso de demanda superior à capacidade da contratada, os serviços serão priorizados de acordo com a importância estratégica para a unidade solicitante, conforme definido em comum acordo entre as partes. As partes poderão se reunir periodicamente para avaliar o andamento dos serviços e, se necessário, realizar ajustes no contrato, desde que devidamente justificados, sempre com obediência ao limite do valor do contrato e os dispositivos legais que o regem.

## **10. ESTIMATIVA DE PREÇO DO SERVIÇO**

10.1 O custo de criação interna será cobrado com base na Tabela de Preços do SINAPRO (Sindicato das Agências de Propaganda de Mato Grosso).

10.2 A CONTRATADA poderá subcontratar serviços de terceiros com vistas à intermediação, e fará a 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 SINAPRO (Sindicato das Agências de Propaganda de Mato Grosso).

10.3 A veiculação terá como referencial a Tabela de Preços dos veículos de comunicação. A proposta de preços explicitará os percentuais de descontos sobre a Tabela de Preços SINAPRO (Sindicato das Agências de Propaganda de Mato Grosso) e o percentual de honorários sobre a subcontratação de serviços de terceiros. A estimativa do valor do contrato é de R\$ 4.000.000,00 (quatro milhões de reais), previstos que passará a integrar seu PCA.

10.4 Vincula-se essa contratação à seguinte Dotação Orçamentária:

01 – CÂMARA MUNICIPAL DE RONDONÓPOLIS

004 – SECRETARIA LEGISLATIVA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

01.032.1010.2477 – REALIZAR A PUBLICIDADE INSTITUCIONAL E PUBLICIDADE DE UTILIDADE PÚBLICA

3.3.90.39.00.00 – OUTROS SERVIÇOS DE TERCEIROS-PESSOA JURÍDICA

87 – SERVIÇOS DE PUBLICIDADE DE UTILIDADE PÚBLICA - PESSOA JURÍDICA

88 – SERVIÇOS DE PUBLICIDADE INSTITUCIONAL - PESSOA JURÍDICA

## **11. JUSTIFICATIVA PARA AMPLIAÇÃO DO VALOR DA LICITAÇÃO DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA**

### **11.1 Contextualização**

O atual contrato de publicidade da Câmara Municipal de Rondonópolis encontra-se defasado financeiramente e operacionalmente. Desde a última atualização significativa, já se passaram quatro anos, período em que houve relevantes mudanças no cenário da comunicação institucional, nos valores de referência praticados pelo mercado e nas exigências legais e sociais de transparéncia, informação e conscientização.

### **11.2 Atualização de Valores de Mercado**

Segundo a tabela de custos referenciais do SINAPRO/MT (Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Mato Grosso), houve reajustes acumulados no período, refletindo aumento de preços em serviços de criação, veiculação, produção gráfica, audiovisual e digital. A manutenção do valor anterior de R\$ 850 mil não cobre a realidade atual de mercado, inviabilizando a execução de campanhas institucionais de qualidade e alcance compatíveis com a necessidade da Câmara.

### **11.3 Ampliação da Demanda Institucional**

Nos últimos anos, houve incremento expressivo na necessidade de campanhas públicas voltadas à conscientização e mobilização social. Hoje, a Câmara Municipal atua em calendários temáticos obrigatórios e relevantes, como:

- Setembro Amarelo (Prevenção ao Suicídio),
- Outubro Rosa (Saúde da Mulher),
- Novembro Azul (Saúde do Homem),
- Campanhas de combate à violência contra a mulher,
- Conscientização sobre o autismo e inclusão,
- Temáticas ambientais, de saúde pública e cidadania.
- Programa Vereador Mirim
- Programa Câmara Itinerante e,
- Criação da Procuradoria da Mulher

Cada um desses temas exige planejamento, produção e veiculação adequados, em múltiplos canais de comunicação.

### **11.4. Novos Canais e Necessidade de Impulsionamento Digital**

A comunicação institucional não se restringe mais a meios tradicionais (TV, rádio e jornal). Hoje, a sociedade se informa majoritariamente por canais digitais, exigindo que a Câmara Municipal esteja presente em redes sociais e plataformas online, com investimento em:

- Produção de conteúdo digital,
- Gestão de mídias sociais,
- Impulsionamento de publicações (para ampliar alcance e efetividade),
- Monitoramento de fake news e desinformação.

Sem recursos adequados, a instituição não consegue garantir a informação correta à população, nem combater o crescimento da desinformação que fragiliza a democracia.

### 11.5 Fundamentação Legal

O aumento do valor do contrato encontra respaldo em:

- Art. 37, caput, da Constituição Federal, que impõe à Administração Pública os princípios da publicidade e da eficiência;
- Lei Federal nº 12.232/2010, que regulamenta a contratação de serviços de publicidade pela Administração Pública, autorizando a adequação dos valores conforme critérios de mercado e tabelas referenciais;
- Tabela SINAPRO/MT, reconhecida como parâmetro oficial de preços e reajustes do setor.

Portanto, é juridicamente legítimo atualizar o teto licitatório para compatibilizá-lo com as demandas sociais, os custos de mercado e as obrigações constitucionais da Câmara Municipal.

### 11.6 Conclusão

Diante do exposto, justifica-se a elevação do valor da licitação de R\$ 850 mil para R\$ 4 milhões para a contratação de agências de propaganda. O valor é necessário e proporcional, considerando:

- A defasagem de quatro anos sem atualização,
- Os reajustes do SINAPRO/MT,
- O aumento significativo das demandas de comunicação institucional,
- A necessidade de modernização com foco nos meios digitais,
- O dever constitucional da publicidade dos atos da administração e do combate à desinformação.

Assim, a Secretaria Legislativa de Comunicação Social propõe a devida atualização, a fim de garantir que a Câmara Municipal de Rondonópolis/MT continue cumprindo com eficiência seu papel de informar, conscientizar e se comunicar com a população.

## 12. JUSTIFICATIVA PARA O PARCELAMENTO OU NÃO DO SERVIÇO

12.1 O fornecimento será realizado de forma parcelada, com ações publicitárias pontuais de acordo com a necessidade da Secretaria Legislativa de Comunicação Social;

12.2 A decisão de não fragmentar a execução da publicidade da Câmara Municipal de Rondonópolis entre agências contratadas, por temática ou mesmo pela origem da demanda, considera os benefícios decorrentes para a Administração, na medida em que a não segregação estimula a competitividade entre as agências de propaganda no decorrer da execução contratual.

12.3 Em vista do exposto, a Administração tem a discricionariedade de definir, apenas, se os serviços objeto da licitação serão adjudicados a apenas uma ou mais de uma agência.

12.4 Contudo, considerando a necessidade da Secretaria Legislativa de Comunicação Social, o orçamento previsto para a presente contratação, bem como a estimativa de campanhas a serem realizadas, em que Secretaria – SECOM entende que o objeto deve ser adjudicado a 02 (duas) agências de publicidade.

12.5 Dessa forma, serão realizados procedimentos de Seleção Interna de Agênciadurante a execução do contrato, sendo este delimitado em metodologia anexa ao Termo de Referência, para se definir qual agência deverá promover cada campanha, de acordo com a linha criativa que melhor atenda a SECOM.

## 13. CONTRATAÇÕES CORRELATAS E/OU INTERDEPENDENTES

13.1 A presente contratação constitui um objeto único e indivisível, não sendo necessária a contratação de quaisquer serviços ou bens correlatos ou interdependentes para a sua plena execução.

## 14. ALINHAMENTO ENTRE COMPRA/CONTRATAÇÃO E PLANEJAMENTO

14.1 A contratação pretendida foi incluída no Plano de Contratações Anual da Câmara Municipal de Rondonópolis/MT, estando assim alinhado com o planejamento desta Administração, constante da página 11 - item 901 do PCA (fonte: Portal da Transparência/Câmara Municipal de Rondonópolis).

14.2 As contratações públicas são consideradas como instrumentos relevantes para a realização das políticas públicas. Nesse sentido, o alinhamento com o planejamento estratégico do órgão é vital tanto para que se mantenha o foco no alcance de resultados efetivos para a organização, quanto para a entrega de resultados à sociedade.

14.3 Essa visão consagra publicidade como um componente crucial da organização, uma vez que não há como cingir o alcance da missão institucional, utilidade pública, o acesso à

informação e a prestação de contas à sociedade sem uma publicidade de utilidade pública adequada e estruturada.

14.4 A contratação pretendida tem relação direta com o alcance dos objetivos estratégicos do Órgão, como já justificado. Além disso, a contratação em tela está relacionada às atividades das áreas meio e finalísticas da Secretaria Legislativa de Comunicação da Câmara Municipal de Rondonópolis/MT, à medida em que a publicidade de utilidade pública se apresenta como instrumento de disseminação de informações e chamamento da população para o debate de políticas públicas.

## **15. RESULTADOS PRETENDIDOS, EM TERMOS DE EFETIVIDADE E DE DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL**

15.1 A contratação de agências de propaganda tem sido comum em todas as esferas da Administração Pública.

15.2 A partir da estimativa de campanhas que serão realizadas durante a execução contratual a administração poderá solicitar o planejamento, criação e veiculação de campanhas de acordo com sua necessidade.

15.3 Os preços dos serviços (de terceiros e de veiculação) serão os vigentes à época da veiculação de cada campanha.

15.4 Com base no briefing e no edital, as licitantes apresentarão sua proposta técnica e de preços, cujo critério de julgamento será o de TÉCNICA E PREÇO.

15.5 Dessa forma a administração contratará com o menor preço apresentado dentre todos os licitantes e com a melhor técnica apresentado, resultando em vantagem para a administração pública.

15.4 Benefícios a serem alcançados com a contratação:

15.4.1 Ampliação da Transparência Pública – Garante a divulgação clara e acessível das ações da Câmara, promovendo o direito à informação da população.

15.4.2 Maior Engajamento e Participação Cidadã – Facilita a comunicação com a sociedade, incentivando a participação nos debates e decisões legislativas.

15.4.3 Padronização e Profissionalização da Comunicação – Assegura qualidade e coerência na identidade visual e nas estratégias de divulgação institucional.

15.5 Além de caracterizar um direito do cidadão e um dever do Estado em divulgar seus atos, medidas e a destinação dos recursos públicos, a publicidade cumpre ainda o importante papel de orientar, educar e mobilizar a população para que a mesma possa usufruir dos serviços colocados à sua disposição ou adotar posturas positivas que tragam benefícios reais para a sua vida.

15.6 Há também que se verificar os possíveis Impactos da Ausência de Contratação, onde a não contratação de agência de publicidade poderia acarretar:

15.6.1 Redução da Transparência e da Publicidade – Dificulta o acesso da população às informações públicas e compromete a prestação de contas.

15.6.2 Baixo Alcance e Participação Popular – A população pode ficar desinformada sobre leis, audiências e serviços municipais, reduzindo seu envolvimento.

15.6.3 Danos à Imagem e Credibilidade da Câmara Municipal – A falta de comunicação estruturada pode gerar desconfiança e percepções negativas sobre o Legislativo.

15.7 Ressalta-se para esse fim, a qualidade que se espera das agências contratadas, com profissionais qualificados e instrumentos capazes de oferecer as melhores e mais inovadoras soluções publicitárias para apoiar a atuação do órgão, no enfrentamento dos desafios institucionais vivenciados no dia a dia.

## **1.6. PROVIDÊNCIAS A SEREM ADOTADAS PELA ADMINISTRAÇÃO PREVIAMENTE À CELEBRAÇÃO DO CONTRATO, INCLUSIVE QUANTO À CAPACITAÇÃO DE SERVIDORES OU DE EMPREGADOS PARA FISCALIZAÇÃO E GESTÃO CONTRATUAL OU ADEQUAÇÃO DO AMBIENTE DA CÂMARA MUNICIPAL DE RONDONÓPOLIS.**

16.1 Antes da celebração do contrato, não foram identificadas necessidades de capacitação, ou de adequação do ambiente para execução contratual, uma vez que os serviços serão executados exclusivamente na sede da contratada.

16.2 Será nomeado, através de portaria, fiscal da contratação, responsável por acompanhar o cronograma de execução dos serviços, verificar a qualidade dos materiais entregues, receber e conferir as faturas, emitir relatórios periódicos sobre o andamento do contrato e submeter à ratificação da Unidade Gestora.

16.3 A Secretaria Legislativa de Comunicação Social prestará suporte à fiscalização do contrato, disponibilizando seus técnicos para a realização de treinamentos e a orientação dos servidores envolvidos.

16.4 A contratada será responsável por garantir a qualidade dos serviços prestados, a conformidade com as especificações do contrato e o cumprimento das normas técnicas aplicáveis.

16.5 Providências a serem Adotadas:

16.5.1 Não é necessária a elaboração de cronograma para adequação de ambientes do órgão visando o início da execução dos serviços.

16.5.2 Em princípio, a contratação nos moldes propostos apresenta peculiaridades que a diferencia dos demais contratos de prestação de serviços, especialmente quanto à gestão e fiscalização contratual, que deve estar adequada às normativas da unidade solicitante.

16.5.3 Portanto, cumpre ressaltar que, em conjunto com a Controladoria Interna, a Seção de Apoio e Gestão de Contratos e Instrumentos Congêneres a Secretaria Legislativa de Comunicação Social deverá providenciar cursos relacionados a fiscalização e gestão contratual, especialmente relacionados a contratos de publicidade, caso haja o entendimento de que há necessidade de capacitação dos servidores nesse sentido, buscando sempre o aprimoramento do controle dos serviços.

## **17. POSSÍVEIS IMPACTOS AMBIENTAIS E RESPECTIVAS MEDIDAS DE TRATAMENTO**

17.1 Considerando que os serviços de publicidade, embora possam apresentar baixo impacto ambiental direto, podem gerar efeitos indiretos e demandam o uso de recursos naturais, a administração pública incentivará a adoção de práticas sustentáveis na execução dos serviços, como o uso de materiais reciclados, a redução do consumo de energia e a compensação de emissões de carbono.

17.2 A contratada se compromete a cumprir toda a legislação ambiental vigente e a adotar medidas para minimizar os impactos ambientais de suas atividades.

17.3 Possíveis Impactos Ambientais:

17.3.1 Deverá ser incluído no Contrato, na cláusula da obrigação da contratada, que a mesma, na execução dos serviços, contribua para a promoção do desenvolvimento nacional sustentável no cumprimento de diretrizes e critérios de sustentabilidade ambiental de acordo com o art. 225 da Constituição Federal/88, em conformidade com a Lei nº 14.133/2021 e com o art. 6º da Instrução Normativa SLTI/MPOG nº 01, de 19 de janeiro de 2010.

## **18. DECLARAÇÃO DE VIABILIDADE DA CONTRATAÇÃO**

18.1 Diante de toda a análise desenvolvida no estudo preliminar, considerando as competências atribuídas a Equipe de Planejamento, esta Secretaria Legislativa de Comunicação Social, declara VIÁVEL esta contratação em termos de disponibilidade de mercado, forma de prestação dos serviços, competitividade do mercado, não sendo observados óbices ao prosseguimento da presente contratação no formato indicado.

Rondonópolis/MT, 05 de setembro de 2025.

### **19. Equipe responsável pela elaboração do ETP:**

---

MIRIAM APARECIDA TRENTO MONTEIRO DE PAULA  
SECRETÁRIA LEGISLATIVA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

---

PAULA RENATA CRESPIM SILVA  
COORDENADORA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

---

RINALDO CARDOSO MEIRA  
CHEFE DE SEÇÃO DE APOIO À GESTÃO DE PROCESSOS LICITATÓRIOS

## REFERÊNCIAS

Do modelo para elaboração do Estudo Técnico Preliminar: Disponível em: [https://prppg.ufes.br/sites/prppg.ufes.br/files/field/anexo/estudo\\_tecnico\\_preliminar\\_etp\\_-\\_art\\_24\\_e\\_art\\_25\\_-\\_modelo\\_18\\_prppg.docx](https://prppg.ufes.br/sites/prppg.ufes.br/files/field/anexo/estudo_tecnico_preliminar_etp_-_art_24_e_art_25_-_modelo_18_prppg.docx).

### Dos tópicos do ETP:

Disponível em: <https://www.mg.gov.br/planejamento/documento/modelo-para-elaboracao-de-estudo-tecnico-preliminar>;

Disponível em: <https://prefeitura.pbh.gov.br/sites/default/files/estrutura-de-governo/procuradoria/2023/modelo-estudo-tecnico-preliminarversao-jun23.docx>;

Disponível em: <https://compras.sepog.fortaleza.ce.gov.br/publico/modelo14133.asp>;

Disponível em: <https://palmeira.pr.gov.br/site-aux/wp-content/uploads/2023/06/Modelo-de-Estudo-Tecnico-Preliminar.docx>;

Disponível em: <https://www.gov.br/compras/pt-br/acesso-a-informacao/perguntas-frequentes/etp-digital/in-no-40-de-2020-e-os-estudos-tecnicos-preliminares/11-a-estimativa-do>.

Disponível em:

<https://www.tce.mt.gov.br/>

## ANEXO I

MAPA DE RISCO	
Objeto: Contratação de 02 (duas) agências de propaganda para prestação de serviços contínuos de publicidade para a Câmara Municipal de Rondonópolis/MT, sem segregação em lotes, itens ou contas publicitárias, para executar um conjunto de atividades realizadas integralmente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação, a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação com o objetivo de promover os serviços e identidade visual, dar publicidade, divulgar as políticas públicas e as ações deste Parlamento Municipal, ao público em geral, conforme Art. 37, §1º, da Constituição Federal/1988.	
<b>DA FUNDAMENTAÇÃO LEGAL</b>	
Art. 18, inciso X, da lei 14.133/2021 e Arts. 182 a 185 do Decreto Municipal 11.685/2023	
<b>FASE DA ANÁLISE - 1. Planejamento da contratação.</b>	
PROCESSO ADMINISTRATIVO Nº	
RESPONSÁVEIS	SUBSCRITORES DO ETP
IDENTIFICAÇÃO DOS RISCOS	
Abaixo avaliação para cada <b>risco</b> em termos de <b>probabilidade</b> e <b>impacto</b> e <b>classificação</b> .	
<b>Em geral, a legenda contém três partes principais:</b>	
1. <b>Probabilidade (ou Chance de Ocorrência):</b> Mostra o quanto aquele risco é provável de acontecer:	
<b>Baixa</b> → Pouco provável de ocorrer.	
<b>Média</b> → Pode acontecer em algumas situações.	
<b>Alta</b> → Grande chance de ocorrer.	
2. <b>Impacto (ou Gravidade):</b> Indica o efeito caso o risco aconteça:	
<b>Baixo</b> → Causa pequeno transtorno, de fácil solução.	
<b>Médio</b> → Gera problema relevante, exige correção.	
<b>Alto</b> → Pode comprometer seriamente o contrato, trazendo prejuízos legais, financeiros ou de imagem.	

**3. Classificação Final (Matriz de Risco):** É o resultado da combinação entre Probabilidade x Impacto, normalmente mostrado em cores:

**Baixo (1 a 3 pontos)** → Risco aceitável, monitoramento simples.

**Médio (4 a 6 pontos)** → Precisa de acompanhamento e medidas preventivas.

**Alto (7 a 9 pontos)** → Risco crítico, deve ter plano de contingência imediato.

**Exemplo aplicado à contratação de agência de publicidade:**

**Definição de mitigação e categoria**

Risco	Probabilidade	Impacto	Classificação	Mitigação	Categoria
<b>Não conformidade com exigências legais e regulatórias</b>	Média	Alto	Alto	Revisar todos os Requisitos legais e Regulatórios antes da publicação do edital. Consultar especialistas jurídicos para garantir conformidade.	Jurídico
<b>Propostas não Atenderem aos requisitos técnicos</b>	Baixa	Alto	Média	Definir claramente os requisitos técnicos no edital e realizar uma Triagem rigorosa das propostas. Oferecer um período para esclarecimento de dúvidas.	Técnico
<b>Atraso na conclusão do planejamento da contratação</b>	Média	Alto	Alto	Revisão da priorização de outras ações visando a liberação de recursos humanos para a presente contratação.	Técnico
<b>Propostas excederem o orçamento aprovado</b>	Baixa	Alto	Média	Realizar uma análise detalhada dos custos. Revisar as propostas com atenção para evitar custos inesperados.	Técnico/operacional
<b>Publicidade não gerar o impacto esperado</b>	Baixa	Alto	Média	Definir metas claras e indicadores de desempenho. Acompanhar e avaliar o impacto da publicidade e ajustar as estratégias conforme necessário.	Técnico
<b>Falta de alinhamento entre a necessidade da contratação e a demanda</b>	Média	Média	Médio	Revisão e adequação do Estudo Técnico Preliminar às necessidades da contratação.	Técnico
<b>Insuficiência de recursos orçamentários ou financeiros para a contratação</b>	Baixa	Alto	Média	Intermediação e gestão com as áreas responsáveis com vistas aprovamento dos recursos necessários.	Financeiro
<b>A Contratada não manter as condições de habilitação no período de execução dos serviços</b>	Baixa	Alto	Média	Notificação formalizada à Contratada sobre situações irregulares, para regularização.	Técnico/operacional

Não veiculação dos materiais na data solicitada	Médio	Médio	Média	Notificação formalizada à Contratada imediatamente sobre a ocorrência do fato.	Técnico
<b>Elaboração inadequada do edital</b>	Médio	Alto	Média	Revisão jurídica do edital; observância da legislação específica; clareza nos critérios de julgamento.	Jurídico
<b>Descumprimento da Lei nº 12.232/2010</b>	Baixa	Alto	Média	Atentar para a legislação específica e capacitar a equipe.	Jurídico
<b>Impugnações e recursos</b>	Médio	Médio	Média	Garantir ampla concorrência e transparência.	Jurídico
<b>Propostas técnicas de baixa qualidade</b>	Médio	Alto	Média	Exigir portfólio, comprovação de equipe qualificada e avaliação técnica detalhada.	Técnico
<b>Sobrepreço ou superfaturamento</b>	Médio	Médio	Baixa	Realizar pesquisa de mercado e fiscalização rigorosa.	Técnico/operacional
<b>Subestimação de custos</b>	Baixa	Médio	Baixa	Planejamento orçamentário adequado e acompanhamento da execução.	Técnico/operacional
<b>Atrasos na entrega das campanhas</b>	Média	Alto	Alto	Definir cronograma detalhado e monitorar entregas.	Técnico/operacional
<b>Conflito de interesses entre as agências</b>	Baixa	Médio	Alto	Definir claramente atribuições de cada agência.	Técnico/operacional
<b>Campanhas que não representem a Câmara adequadamente</b>	Média	Alto	alto	Aprovação prévia de peças publicitárias; acompanhamento por comissão.	Imagem/Reputação Técnico
<b>Observações:</b>					
<b>Frequência de Revisão:</b> Revisara matriz de risco periodicamente e após eventos importantes ou mudanças significativas no processo.					
<b>Atualizações:</b> Atualizar a matriz de risco conforme necessário para refletir novas informações ou mudanças nos riscos.					

CONCORRÊNCIA Nº 001/2025

**ANEXO IX**  
**PLANILHA DE PONTUAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA**  
**INVÓLUCRO “1”**

**(Para preenchimento por todos os membros da “Subcomissão Técnica” no ato da avaliação e julgamento da proposta técnica, a ser encaminhado para a Comissão de Contratação juntamente com a respectiva Proposta Técnica avaliada).**

<b>CAMPANHA TÍTULO:</b>		
<b>QUESITOS</b>	<b>ASPECTOS AVALIADOS</b>	<b>PONTUAÇÃO</b>
<b>PLANO DE COMUNICAÇÃO</b>		
<b>1. RACIOCÍNIO BÁSICO</b> Texto em que a licitante explice sua acuidade de compreensão:	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 Câmara Municipal de Rondonópolis e no entendimento dos objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing;	
<b>* A ESCALA DE PONTUAÇÃO DE CADA ITEM DO SUBQUESITO VAI DE 0 (ZERO) A 2 (DOIS) PONTOS.</b> <b>SUBTOTAL MÁXIMO: 6 (SEIS) PONTOS.</b>		

<b>2. ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO</b> Texto em que a licitante apresentará as linhas gerais da proposta para suprir o problema específico de comunicação e alcançar os resultados e metas de comunicação desejadas pela Câmara Municipal de Rondonópolis.	a) a adequação do partido temático e do conceito à natureza e às atividades da Câmara Municipal de Rondonópolis, 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 Câmara Municipal de Rondonópolis 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 a Câmara Municipal de Rondonópolis, o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing;	
	f) a exequibilidade da Estratégia de	

	Comunicação Publicitária, considerada a verba referencial.	
<b>* A ESCALA DE PONTUAÇÃO DE CADA ITEM DO SUBQUESITO VAI DE 0 (ZERO) A 3 (TRÊS) PONTOS.</b> <b>SUBTOTAL MÁXIMO: 18 (DEZOITO) PONTOS</b>		

<b>3. IDÉIA CRIATIVA</b> Apresentação de campanha publicitária destinada a corporificar objetivamente sua proposta de solução do problema específico de comunicação, conforme explicitado em sua estratégia de comunicação publicitária.	a) o alinhamento da campanha com a Estratégia de Comunicação Publicitária;	
	b) a pertinência da solução criativa com a natureza da Câmara Municipal de Rondonópolis, 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;	
	<b>* A ESCALA DE PONTUAÇÃO DE CADA ITEM DO SUBQUESITO VAI DE 0 (ZERO) A 3 (TRÊS) PONTOS.</b> <b>SUBTOTAL MÁXIMO: 21 (VINTE E UM) PONTOS</b>	

<b>4. ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA</b> Apresentação em que a licitante explicitará e justificará a estratégia e as táticas recomendadas, em consonância com a estratégia de comunicação publicitária por ela sugerida e em função da verba referencial indicada no Briefing.	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 da Câmara Municipal de Rondonópolis 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.	
	<b>* A ESCALA DE PONTUAÇÃO DE CADA ITEM DO SUBQUESITO VAI DE 0 (ZERO) A 2 (DOIS) PONTOS.</b> <b>SUBTOTAL MÁXIMO: 10 (DEZ) PONTOS</b>	

## **JUSTIFICATIVA OBJETIVA DAS RAZÕES QUE FUNDAMENTARAM A PONTUAÇÃO ACIMA.**

Rondonópolis/MT, XXXXX-XXXXX, XX de XXXXX de 2025.

SUBCOMISSÃO TÉCNICA: \_\_\_\_\_

OBS.: ESTA PLANILHA SERÁ ENCAMINHADA PELA COMISSÃO DE CONTRATAÇÃO À SUBCOMISSÃO TÉCNICA PARA PREENCHIMENTO, NO ATO DA AVALIAÇÃO E JULGAMENTO DA PROPOSTA TÉCNICA, PARA POSTERIOR DEVOLUÇÃO À COMISSÃO DE CONTRATAÇÃO JUNTAMENTE COM A RESPECTIVA PROPOSTA TÉCNICA AVALIADA.

CONCORRÊNCIA Nº 001/2025

**ANEXO X**  
**PLANILHA DE PONTUAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA**  
**INVÓLUCRO “3”**

**(Para preenchimento por todos os membros da “Subcomissão Técnica” no ato da avaliação e julgamento da proposta técnica, a ser encaminhado para a Comissão de Contratação juntamente com a respectiva Proposta Técnica avaliada).**

**AGÊNCIA:** \_\_\_\_\_

<b>5. CAPACIDADE DE ATENDIMENTO</b> Avaliação da qualificação e quantificação dos profissionais disponibilizados para a execução do contrato; infraestrutura e recursos materiais e atendimento de prazos para execução das obrigações contratuais.	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 Câmara Municipal de Rondonópolis;	
	c) a adequação da infraestrutura e das instalações que estarão à disposição da Câmara Municipal de Rondonópolis na execução do contrato;	
	d) a funcionalidade do relacionamento operacional entre a Câmara Municipal de Rondonópolis 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 Câmara Municipal de Rondonópolis.	
<b>* A ESCALA DE PONTUAÇÃO DE CADA ITEM DO SUBQUESITO É DE 0 (ZERO) A 4 (QUATRO) PONTOS.</b> <b>SUBTOTAL MÁXIMO: 20 (VINTE PONTOS)</b>		

<b>6. REPERTÓRIO</b> Apresentação de peças e respectivas fichas técnicas de um conjunto de trabalhos concebidos e veiculados/distribuídos/exibidos/expostos pela LICITANTE.	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.	
<b>* A ESCALA DE PONTUAÇÃO DE CADA ITEM DO SUBQUESITO É DE 0 (ZERO) A 5 (CINCO) PONTOS.</b> <b>SUBTOTAL MÁXIMO: 15 (QUINZE) PONTOS</b>		

<b>7. RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE</b>	a) a evidência de planejamento estratégico por parte da licitante na	
---	--	--

<b>COMUNICAÇÃO</b>	proposição da solução publicitária;	
02 (dois) cases histories formalmente referendados, relatando soluções bem-sucedidas de problemas de comunicação propostas pela licitante e implementadas por anunciantes.	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.	

## **JUSTIFICATIVA OBJETIVA DAS RAZÕES QUE FUNDAMENTARAM A PONTUAÇÃO ACIMA.**

Rondonópolis/MT, XXXXX-XXXXXX, XX de XXXXX de 2025.

## **SUBCOMISSÃO TÉCNICA:**

OBS.: ESTA PLANILHA SERÁ ENCAMINHADA PELA COMISSÃO DE CONTRATAÇÃO À SUBCOMISSÃO TÉCNICA PARA PREENCHIMENTO, NO ATO DA AVALIAÇÃO E JULGAMENTO DA PROPOSTA TÉCNICA, PARA POSTERIOR DEVOLUÇÃO À COMISSÃO DE CONTRATAÇÃO JUNTAMENTE COM A RESPECTIVA PROPOSTA TÉCNICA AVALIADA.

## CONCORRÊNCIA Nº 001/2025

### ANEXO XI BRIEFING

#### Introdução

A Câmara Municipal de Rondonópolis-MT, por meio da Secretaria Legislativa de Comunicação Social, deseja lançar uma campanha publicitária voltada à conscientização da população sobre a importância da saúde pública, prevenção de doenças e acesso aos serviços básicos de atendimento.

Essa iniciativa está diretamente alinhada à atuação da atual Mesa Diretora, que compreende que a saúde é um dos maiores desafios enfrentados pela população do município e, portanto, demanda atenção prioritária.

O sistema de saúde de Rondonópolis enfrenta dificuldades históricas relacionadas ao crescimento acelerado da cidade, à sobrecarga dos serviços hospitalares, à falta de profissionais especializados, à demora em atendimentos e exames, além da necessidade de ampliação e modernização da rede de unidades básicas de saúde (UBS).

A campanha surge como um instrumento estratégico para sensibilizar a população sobre prevenção, cuidado com a saúde e o papel do Legislativo Municipal na fiscalização, criação de leis e apoio às políticas públicas de saúde, reafirmando que “Legislar também é Cuidar”.

#### Cenário atual da Saúde em Rondonópolis

- **População:** mais de 250 mil habitantes segundo o IBGE;
- **Rede hospitalar e básica:** 2 hospitais gerais, unidades de pronto atendimento e cerca de 40 UBS, muitas delas com demanda superior à capacidade;
- **Principais problemas relatados pela população:** demora no agendamento de consultas e exames, sobrecarga de pronto atendimentos, carência de médicos especialistas, infraestrutura limitada em algumas unidades e dificuldade de acesso a medicamentos;
- **Indicadores preocupantes:** aumento de doenças crônicas (hipertensão, diabetes), alta demanda de atendimentos emergenciais e baixa adesão a campanhas de prevenção;
- **Impactos sociais:** longas filas e espera por exames prejudicam diagnósticos precoces; atrasos em tratamentos comprometem a qualidade de vida da população; a sobrecarga hospitalar aumenta custos públicos e gera insatisfação social.

Essas informações foram consolidadas a partir de levantamentos da Secretaria Municipal de Saúde, dados do IBGE e relatórios públicos disponíveis nos canais institucionais da Prefeitura e Câmara Municipal.

#### Obrigações Legais

A Câmara Municipal de Rondonópolis, além de sua função primordial de legislar e fiscalizar o Executivo, também tem o dever de promover a comunicação pública e campanhas educativas sobre temas de interesse coletivo, como a saúde.

#### Constituição Federal (1988)

- **Art. 196:** A saúde é direito de todos e dever do Estado, garantido mediante políticas sociais e econômicas que visem à redução do risco de doenças e ao acesso universal e igualitário às ações e serviços.

#### Lei Orgânica do Município de Rondonópolis

- Prevê que o Legislativo deve apoiar e fiscalizar políticas que assegurem o acesso universal à saúde.

### **Regimento Interno da Câmara**

- Atribui à Secretaria Legislativa de Comunicação Social a responsabilidade de promover a transparência e aproximar a Câmara da população, por meio de campanhas institucionais e educativas.

Assim, a realização desta campanha não é apenas uma ação estratégica, mas um dever legal e social, reforçando o compromisso da Câmara com a saúde pública e com a qualidade de vida da população.

---

### **Ações em andamento**

Embora não seja de sua competência executar obras ou serviços de saúde, a Câmara Municipal tem atuado em:

- Aprovação de leis que ampliam direitos e benefícios na área da saúde;
- Destinação de recursos por meio de emendas impositivas de vereadores para aquisição de equipamentos médicos e melhorias nas UBS;
- Criação de comissões especiais para acompanhar os investimentos em saúde no município;
- Fiscalização das ações da Prefeitura e diálogo constante com a população para identificar demandas prioritárias.

A comunicação, portanto, é vista como um instrumento estratégico para valorizar a saúde preventiva e educativa, além de mostrar à população o papel do Legislativo no cuidado com a cidade.

---

### **Objetivos da Campanha**

Fortalecer a conscientização da população sobre saúde preventiva e valorizar o papel do Legislativo como parceiro da sociedade na construção de políticas públicas de saúde.

### **Objetivos Específicos**

- Informar e conscientizar sobre a importância da prevenção e do autocuidado;
  - Valorizar a função legislativa na defesa do direito à saúde;
  - Estimular a população a participar ativamente das campanhas de vacinação, prevenção e hábitos saudáveis;
  - Reforçar a identidade da Câmara como instituição próxima e comprometida com o bem-estar coletivo.
- 

### **Público-alvo**

- População em geral (moradores de Rondonópolis);
- Jovens e adultos em idade produtiva;
- Idosos (público de maior demanda nos serviços de saúde);
- Famílias em situação de vulnerabilidade social;
- Profissionais da área da saúde.

### **Abrangência da Campanha**

- Município de Rondonópolis-MT.

## **Duração da Campanha**

- 30 dias.

## **Investimentos e obrigatoriedades**

O orçamento total disponível é de R\$ 400.000,00 (quatrocentos 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 (ex: outdoor, painel digital, abrigo de ônibus);
- 01 (uma) peça de não mídia (ex: ação em escolas, palestras, distribuição de materiais educativos).
- As peças devem conter, obrigatoriamente, a assinatura da Câmara Municipal de Rondonópolis/MT, respeitando o manual de aplicação da marca (<https://www.rondonopolis.mt.leg.br/noticia?id=22784>)

## **Recursos Próprios de Comunicação**

- Site oficial da Câmara Municipal de Rondonópolis: <https://www.camararondonopolis.mt.gov.br>
- Página oficial do Facebook: <https://www.facebook.com/camararondonopolis>
- Instagram (@camararondonopolis): <https://www.instagram.com/camararondonopolis>

## CONCORRÊNCIA Nº 001/2025

### ANEXO XII METODOLOGIA PARA SELEÇÃO INTERNA DAS AGÊNCIAS

1. Em cumprimento ao disposto no Art. 2º, § 4º, da Lei Federal nº 12.232/2010, fica instituído procedimento de seleção interna entre as agências de propaganda contratadas pela Câmara Municipal de Rondonópolis/MT 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 a realização dos serviços requisitados, de acordo com a metodologia adotada neste procedimento e em observância com os princípios da economicidade, da eficiência e da razoabilidade.

#### **2. Objetivo**

2.1 Estabelecer os critérios técnicos e operacionais para a distribuição das demandas de serviços de publicidade institucional e de utilidade pública entre as duas agências de publicidade contratadas, conforme os princípios da legalidade, eficiência, isonomia e interesse público, observando as disposições legais e normativas atinentes ao objeto contratual.

#### **3. Fundamento Legal e Normativo**

3.1 Lei Federal nº 12.232/2010 – Dispõe sobre a contratação de serviços de publicidade pela Administração Pública.

3.2 Lei Federal nº 14.133/2021 – Nova Lei de Licitações e Contratos Administrativos.

3.3 Normas-Padrão da Atividade Publicitária, conforme regulamentos do CENP e demais normativos pertinentes.

3.4 Jurisprudência e boas práticas extraídas de contratações similares no âmbito da Administração Direta e Indireta.

**4. Estrutura da Distribuição** – a alocação dos serviços publicitários será realizada com base em dois eixos de distribuição, que combinam critérios objetivos de proporcionalidade e critérios técnicos de especialização e desempenho.

**4.1 Distribuição Proporcional Fixa** – 60% (sessenta por cento) do valor total estimado.

4.1.1 a parcela equivalente a 60% (sessenta por cento) do valor total estimado das demandas anuais será distribuída de forma igualitária entre as duas agências contratadas, correspondendo a 30% (trinta por cento) para cada uma.

4.1.2 esta distribuição visa assegurar o tratamento isonômico entre as contratadas, em conformidade com o Art. 11, §1º, da Lei Federal nº 12.232/2010.

4.1.3 os serviços desta faixa serão atribuídos de forma alternada, simultânea ou conforme planejamento de mídia da unidade solicitante, respeitando a capacidade operacional das agências.

**4.2 Distribuição Técnica Variável – 40% (quarenta por cento) do valor total estimado.**

4.2.1 quando se aproximar o esgotamento dos recursos destinados à Distribuição Proporcional Fixa e não havendo registro formal de inconformidades e/ou irregularidades atribuídas às CONTRATADAS durante a execução contratual, a parcela remanescente equivalente a 40% (quarenta por cento) do valor total estimado das demandas será distribuída de forma igualitária entre as duas agências contratadas, ou seja, 20% (vinte por cento) para cada uma.

4.2.2 caso haja, registro formal de insatisfação pela CONTRATANTE, por inconformidades e/ou irregularidades cometidas pelas CONTRATADAS no decorrer da execução do instrumento contratual, quando se aproximar o esgotamento dos recursos destinados à Distribuição Proporcional Fixa, será realizada uma Avaliação Técnica para Procedimentos de Alocação dos Recursos destinados à Distribuição Técnica Variável.

4.2.2.1 havendo a necessidade de proceder com a Avaliação Técnica para Procedimentos de Alocação dos Recursos destinados à Distribuição Técnica Variável, esta terá como base critérios técnicos conforme a natureza da demanda, o grau de especialização exigido e o desempenho contratual das agências e será conduzida por Comissão, formada pelo gestor da Secretaria Legislativa de Comunicação Social e mais dois profissionais, indicados pelo gestor

da unidade, que atuam e/ou acompanham os conteúdos publicitários da Câmara Municipal de Rondonópolis/MT.

4.2.2.2 A comissão atribuirá pontuação a cada agência a partir dos seguintes parâmetros:

**4.2.2.2.1 Quesito 1 – Adequação Técnica / Especialização (peso: 70%):**

4.2.2.2.1.1 Subquesito 1 – Domínio técnico e criativo em relação ao escopo da demanda, Subquesito 2 – Portfólio e histórico de execuções de campanhas similares e Subquesito 3 – Capacidade de atendimento a públicos e canais específicos (ex: mídias digitais, rádio comunitária, campanhas de utilidade pública, entre outros);

4.2.2.2.1.2 as notas serão atribuídas a cada subquesito listado acima, seguindo uma escala de 0 a 10 pontos;

4.2.2.2.1.3 a nota do Quesito 1 será atribuída pelo somatório das notas dadas aos seus subquesitos, multiplicado pelo seu peso (0,7).

**4.2.2.2.2 Quesito 2 – Desempenho Contratual (peso: 30%):**

4.2.2.2.2.1 Subquesito 1 – Nível de aderência ao briefing e qualidade técnica das entregas, Subquesito 2 – Cumprimento de prazos contratuais, Subquesito 3 – Grau de retrabalho necessário, Subquesito 4 – Registro de infrações contratuais, advertências formais ou aplicação de penalidades administrativas.

4.2.2.2.2.2 as notas serão atribuídas a cada subquesito listado acima, seguindo uma escala de 0 a 10 pontos;

4.2.2.2.2.3 a nota do Quesito 2 será atribuída pelo somatório das notas dadas aos seus subquesitos, multiplicado pelo seu peso (0,3).

4.2.2.2.2.3 a nota final dada à Avaliação Técnica para Procedimentos de Alocação dos Recursos será obtida pelo somatório das notas obtidas nos Quesito 1 e Quesito 2.

4.2.2.2.2.4 a agência que obtiver maior nota na Avaliação Técnica para Procedimentos de Alocação dos Recursos, fará jus a 70% (setenta por cento) do valor destinado à Distribuição Técnica Variável.

4.2.2.2.2.5 a agência que obtiver a menor nota na Avaliação Técnica para Procedimentos de Alocação dos Recursos, fará jus a 30% (trinta por cento) do valor destinado à Distribuição Técnica Variável.

4.2.2.2.2.6 o resultado será comunicado formalmente às agências participantes.

4.2.2.2.2.7 não caberá às agências participantes a apresentação de recurso da decisão.

4.2.2.2.2.8 todas as deliberações da Comissão deverão ser formalizadas em ata, contendo justificativa técnica fundamentada, com base nos princípios da motivação, imparcialidade e publicidade em conformidade com o que preceitua o Art. 20, da Lei Federal nº 14.133/2021.

**5. Disposições Finais:**

5.1 Esta metodologia deverá ser incorporada ao instrumento contratual e aos respectivos planos de trabalho.

5.2 Alterações nesta metodologia poderão ser promovidas mediante justificativa técnica e formalização por aditivo contratual, respeitando os princípios da contratação pública.