



CONCORRÊNCIA PRESENCIAL N° 01/2025

Processo n° 18092025134600004993

A **CÂMARA MUNICIPAL DE FORTALEZA**, inscrita no CNPJ sob nº 06.621.791/0001-53, por intermédio da Comissão Permanente de Contratação, designada pela Portaria nº 033/2025, publicada em 20 de março de 2025, que ora integra os autos, torna público que realizará licitação na modalidade CONCORRÊNCIA, na forma presencial, a ser julgada pelo critério de **MELHOR TÉCNICA**, na forma de Execução Indireta sob o **regime de Empreitada por Preço Global**, em razão do nível de qualificação técnica das agências a serem contratadas for requisito essencial para a adequada execução contratual e soberano no processo de identificação da proposta mais vantajosa para a administração, mediante as condições estabelecidas no presente instrumento convocatório, que se subordina às normas gerais da Lei Nº 14.133, de 1º de abril de 2021, bem como das Leis nº. 4.680, de 18 de junho de 1965 e 12.232, de 29 de abril de 2010, na Lei Federal nº 13.709, de 14 de agosto de 2018 (LGPD - Lei Geral de Proteção de Dados e na Resolução nº 1.684, de 20 de dezembro de 2024.

HORA, DATA E LOCAL

Os envelopes contendo as Propostas Técnicas e de Preço deverão ser entregues pessoalmente, na sala da Central de Contratações da **Câmara Municipal de Fortaleza**, à **Av. Rogaciano Leite nº 1040, Bairro Guararapes, CEP — 60810-786, Fortaleza-Ceará**, na sessão pública marcada para as 9:30HS do dia **24 de novembro de 2025**.

GLOSSÁRIO

Sempre que as palavras ou siglas indicadas abaixo aparecerem neste Edital, ou em quaisquer de seus anexos, terão os seguintes significados:

I – ação publicitária: o conjunto dos serviços executados internamente pela empresa contratada e dos serviços por ela intermediados junto a fornecedores e a veículos de divulgação, referente a peça e ou material publicitário, mediante demanda do anunciente, com o intuito de atender ao princípio da publicidade e ao direito à informação, de promover a venda de bens ou serviços, de difundir idéias, princípios, iniciativas ou instituições ou de informar o público em geral;

II – agência de propaganda e publicidade: a empresa especializada na arte e na técnica publicitária que, com a colaboração de técnicos e especialistas, estuda, planeja, conceitua, concebe, cria, executa internamente, intermedeia e supervisiona a execução externa e divulga publicidade;

III – licitante/proponente: pessoa jurídica especializada na prestação de produção e gestão de conteúdo publicitário que participe ou manifeste a intenção de participar de processo licitatório, sendo-lhe equiparável, para fins da Lei, o fornecedor ou o prestador de serviço que, em atendimento à solicitação da Administração, oferece proposta;

IV – contrato: o instrumento firmado entre órgão ou entidade e a empresa para a prestação de serviços especializados de gestão e conteúdo publicitário;



V – **contratante/anunciante**: o órgão ou a entidade que realize licitação de serviços prestados por intermédio de agência de propaganda e publicidade e ou que seja signatário de contrato dessa espécie de serviços;

VI - **contratadas**: Empresas vencedoras desta licitação em favor da qual for adjudicado o seu objeto.;

VII – **concorrência**: é a modalidade de licitação própria para contratos em que se admite a participação de quaisquer interessados, cadastrados ou não, que satisfaçam as condições do edital, convocados com a antecedência mínima prevista na lei, com ampla publicidade pelo órgão e pela imprensa particular;

VIII – **concorrência fechada**: em uma concorrência "fechada" as propostas são submetidas em sigilo, sem que os concorrentes saibam das ofertas uns dos outros, até o momento da divulgação final.

IX – **Instituição**: A Câmara Municipal de Fortaleza.

X – **agente** – indivíduo que, em virtude de eleição, nomeação, designação, contratação ou qualquer outra forma de investidura ou vínculo, exerce mandato, cargo, emprego ou função;

XI – **cadastro de fornecedores**: o cadastro de pessoas físicas ou jurídicas aptas a fornecer serviços especializados à contratada, relacionados com as atividades complementares referentes à execução do objeto do contrato;

XII – **empreitada por preço global** – contratação da execução do serviço por preço certo e total.

XIII – **serviços e fornecimentos contínuos** – serviços contratados e compras realizadas pela Administração Pública para manutenção das atividades administrativas decorrentes de necessidades permanentes ou prolongadas.

XIV – **briefing**: o documento elaborado pelo anunciante no qual são registradas, de forma clara, precisa e objetiva, as informações necessárias e suficientes para a elaboração de proposta de comunicação pela licitante, na licitação;

XV – **comissão de contratação**: conjunto de agentes indicados pela Administração, em caráter permanente ou especial, com a função de receber, examinar e julgar documentos relativos às licitações e aos procedimentos auxiliares;

XVI – **subcomissão técnica**: a subcomissão especialmente selecionada pelo anunciante com a função de analisar e julgar as propostas técnicas apresentadas na licitação;

XVII – **peça e material**: os elementos isolados de comunicação ou integrantes de uma campanha;

XVIII – **campanha**: o conjunto coordenado de peças e ou material de comunicação criados e produzidos para veiculação;

XIX – **mídia**: o conjunto dos meios e dos veículos de divulgação;

XX – **mídia online**: a que dissemina conteúdos com alcance global fazendo uso de websites, blogs, newsletters, banners, banners flutuantes, entre outros meios;

XXI – **mídia offline**: também conhecida como mídia tradicional, engloba todos os tipos de publicidade que não estão na internet;

XXII - **mídia out off home (OOH)**: qualquer tipo de propaganda exterior que atinja o consumidor fora de casa;

XXIII – **mídia digital out off home**: propaganda exterior com o emprego de sinalização digital do tipo cardápio e vitrine digital, mural e empêna de LED de alta resolução;

XXIV – mídia segmentada: com estratégia personalizada possibilita vantagens competitivas, usa “filtros” para a identificação dos públicos e assim evita dispersão;

XXV – estratégia de mídia e não mídia: documento em que são detalhados em planilhas os custos (absolutos e percentuais), de inserções, os veículos, formatos, programas, faixas horárias e dados relativos à audiência, além dos somatórios dos investimentos por meios;

XXVI – pedido de inserção: documento por meio do qual a contratada, após expressa autorização da contratante, formaliza a compra de espaço em um veículo de divulgação;

XXVII - veiculação: a transmissão de mensagens de comunicação por veículo de divulgação;

XXVIII – distribuição:

a) O modo, indicado pela licitante, como deve ser feita a inserção das peças e ou material de comunicação integrante de sua proposta;

b) O encaminhamento de peças e/ou material de comunicação pelo anunciante ou pela contratada a públicos de interesse;

c) A referência genérica feita a procedimentos adotados pela contratada para que peças e/ou material cheguem aos veículos de divulgação.

XXIX – atividades complementares: as atividades referentes à execução de serviços especializados prestados por fornecedores, a saber:

a) planejamento e execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação e sobre os resultados das campanhas realizadas;

b) a produção técnica das peças e projetos de comunicação criados;

c) a criação e o desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias.

XXX – comissão ou CPC: Comissão Permanente de Contratação

1. DO OBJETO

1.1. A contratação de 02 (duas) Agências de Publicidade e Propaganda, para 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 aos veículos e demais meios de divulgação, com o intuito de atender ao direito à informação, de difundir ideias, princípios, iniciativas ou instituições ou de informar o público em geral para atender as necessidades da Câmara Municipal de Fortaleza - CMFOR, nas condições estabelecidas nas condições estabelecidas neste edital e seus anexos.

1.1.1. Também integram o objeto desta Concorrência, como atividades complementares, os serviços especializados pertinentes:

1.1.1.1. 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.

1.1.1.2. À produção e à execução técnica das peças e projetos publicitários criados.

1.1.1.3. 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.



1.1.2. As pesquisas e outros instrumentos de avaliação previstos no subitem 1.1.1.1 terão a finalidade de:

- a) gerar conhecimento sobre o mercado ou o ambiente de atuação do **Câmara Municipal de Fortaleza**, o público-alvo e os veículos de divulgação nos quais serão difundidas as campanhas ou peças;
- b) aferir o desenvolvimento estratégico, a criação e a divulgação de mensagens;
- c) possibilitar a mensuração dos resultados das campanhas ou peças, vedada a inclusão de matéria estranha ou sem pertinência temática com a ação publicitária.

1.1.3. Os serviços previstos no subitem 1.1. não abrangem as atividades de promoção, de patrocínio e de assessoria de comunicação, imprensa e relações-públicas e a realização de eventos festivos de qualquer natureza.

1.1.3.1. Não se incluem no conceito de patrocínio mencionado no subitem anterior o patrocínio de mídia ou em instalações, dispositivos e engenhos que funcionem como veículo de comunicação e o patrocínio de transmissão de eventos esportivos, culturais ou de entretenimento, comercializados por veículo de comunicação.

1.2. Para a prestação dos serviços serão contratadas 02 (duas) agências de publicidade e propaganda, doravante denominadas agências ou contratadas.

1.3. As duas agências de propaganda contratadas atuarão consoante convocação da Câmara Municipal de Fortaleza, inexistindo exclusividade sobre qualquer das ações elencadas no subitem 1.1 devendo os serviços de publicidade serem executados indistintamente e independentemente da classificação no certame.

1.4. Fica resguardado à Câmara Municipal de Fortaleza o direito de, a seu critério, desenvolver metodologia interna de distribuição dos serviços de publicidade entre as agências contratadas.

1.5. Os serviços serão solicitados às agências de propaganda contratadas de modo a garantir que o valor efetivamente realizado por cada uma não seja inferior a 30% (trinta por cento) do total global executado, a cada período de 12 (doze) meses de vigência do contrato e em suas eventuais prorrogações.

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

1.7. As Agências não poderão subcontratar outra Agência de Propaganda para a execução dos serviços previstos no Item 1 – DO OBJETO, deste Edital.

1.8. As agências contratadas atuarão por conta e ordem da Câmara Municipal de Fortaleza, nos termos do art. 3º da Lei nº 4.680/65 na contratação de fornecedores de serviços especializados e de veículos e demais meios de divulgação.

2. DO VALOR ESTIMADO E DA FONTE DE RECURSOS

2.1. O objeto desta Concorrência, no valor estimado de **R\$ 15.000.000,00 (quinze milhões de Reais)**, será pago com recursos provenientes da Câmara Municipal de Fortaleza, correrão por conta da seguinte classificação orçamentária:

Projeto/Atividade 01.031.0002.2783.0001 - MANUTENÇÃO DAS ATIVIDADES DO PODER LEGISLATIVO - Elemento de Despesa 33.90.39 – OUTROS SERVIÇOS DE TERCEIROS -



PESSOA JURÍDICA

3. DA PARTICIPAÇÃO

3.1. Poderá participar desta Concorrência todo e qualquer empresário individual ou sociedade regularmente estabelecida no país, que seja especializada no ramo do objeto da licitação, e que satisfaça a todas as exigências do presente Instrumento convocatório, especificações e normas, de acordo com os anexos relacionados, partes integrantes deste Edital.

3.2. Não será permitida a participação de empresas através de consórcio, cooperativa ou similares ou que sejam estrangeiras e não funcionem no país.

3.3. Não poderão participar da presente licitação, empresas que:

3.3.1 Sejam consideradas inidôneas ou suspensas para participar de licitação em qualquer órgão/entidade governamental, ou que estejam em processo de Recuperação Judicial, ou em Processo de Falência, sob Concurso de Credores, em Dissolução ou em Liquidação.

3.4. É vedada a participação de empresas cujos representantes legais, sócios, controladores, dirigentes, administradores ou empregados integrem a Subcomissão Técnica ou tenham qualquer vínculo profissional com o ANUNCIANTE;

3.5. A participação na presente Licitação implica para a licitante:

a) a confirmação de que recebeu da Comissão Permanente de Contratação os documentos e informações necessárias ao cumprimento desta licitação;

b) a aceitação plena e irrevogável de todos os termos, cláusulas e condições constantes deste Edital e de seus anexos;

c) a observância dos preceitos legais e regulamentares em vigor;

d) a responsabilidade pela fidelidade e legitimidade das informações e dos documentos apresentados em qualquer fase do processo.

3.6. A licitante assume todos os custos de preparação e apresentação dos Documentos de Habilitação e Propostas exigidos nesta Concorrência, ressalvado que a Câmara Municipal de Fortaleza não será, em nenhum caso, responsável por esses custos, independentemente da condução ou do resultado do processo licitatório.

3.7. Não serão recebidos nem aceitos envelopes entregues via Correio/ SEDEX /FAX ou Correio Eletrônico.

3.8. As Propostas Técnicas e de Preço, bem como os Documentos de Habilitação deverão ser apresentados por preposto da licitante com poderes de representação legal, através de procuração pública ou particular com firma reconhecida. A não apresentação do referido instrumento não implicará em inabilitação, no entanto, o representante não poderá pronunciar-se em nome da LICITANTE, salvo se estiver sendo representada por um de seus dirigentes, que comprove tal condição através de documento legal.

3.9. Nenhuma licitante poderá participar deste certame com mais de uma proposta.

4. DA APRESENTAÇÃO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS E DE PREÇO

4.1. As Propostas Técnicas e de Preço deverão ser apresentadas à CPC em 04 (quatro) invólucros distintos e fechados, os quais deverão estar identificados com as seguintes informações e conteúdo:



4.1.1. INVÓLUCRO “01” - PROPOSTA TÉCNICA (APÓCRIFA)

4.1.1.1. No invólucro “01” deverá estar acondicionado o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, consistindo em: Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia, em consonância com o indicado no subitem 5.3 deste edital.

4.1.1.2. O invólucro “01”, indicado no item 4.1.1.1, terá **60cm de comprimento, 50cm de largura e 15,5cm de altura**.

4.1.1.3. Só será aceito Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada que estiver acondicionado em invólucro padronizado fornecido obrigatoriamente pela Câmara Municipal de Fortaleza, por meio da CPC, a pedido formal da licitante.

4.1.1.4. O invólucro padronizado deverá ser retirado pela licitante, até o 3º dia útil anterior à data prevista para a reunião de abertura da licitação, no seguinte endereço – Central de Contratações da Câmara Municipal de Fortaleza, situada na **Av. Rogaciano Leite nº 1040, Bairro Guararapes, CEP — 60810-786, Fortaleza-Ceará.** O invólucro “01” deverá ser entregue fechado, de acordo com as características padrões da caixa, sem lacre e sem rubrica.

4.1.1.5. O invólucro “01” deverá ser entregue fechado, de acordo com as características padrões da caixa, sem lacre e sem rubrica.

4.1.1.6. Para preservar o sigilo, até a abertura do invólucro “02”, quanto à autoria do Plano de Comunicação Publicitária, o invólucro “01” não poderá:

- a) ter nenhuma identificação;
- b) apresentar marca, sinal, etiqueta, cabeçalho, rodapé, ou 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.

4.1.1.7. À exceção da Ideia Criativa, todas as demais partes do Plano de Comunicação Publicitária, tais como o Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária e Estratégia de Mídia e Não Mídia deverão ser elaboradas nos seguintes padrões:

- a) Em papel A4, branco, com 75 gr/m², orientação retrato;
- b) Espaçamento de 02 (dois) centímetros na margem esquerda e direita, a partir da borda;
- c) Sem recuos nos parágrafos e linhas subsequentes;
- d) Com textos justificados;
- e) Com espaçamento “simples” entre as linhas;
- f) Com texto e numeração de páginas em fonte “Arial”, estilo “Normal”, cor “Automático” tamanho 12 (doze) pontos;
- g) Com numeração em todas as páginas, pelo editor de textos, a partir da primeira página interna em algarismos arábicos, no canto inferior direito da página;
- h) Em caderno único, utilizando espiral plástico na cor preta, colocado à esquerda;
- i) Capa e contracapa em papel A4 branco, com 75 gr/m², ambas em branco;



j) Sem qualquer identificação da licitante.

4.1.1.8. Fica vedada a utilização de nomes nos personagens das peças corporificadas, do Plano de Comunicação Publicitária, em especial para evitar a identificação dos sócios ou empregados das agências participantes do certame, sob pena de desclassificação.

4.1.1.9. Na elaboração das tabelas, planilhas e gráficos integrantes do Plano de Mídia e Não Mídia, poderão ser utilizadas as fontes tipográficas e tamanhos de fonte habitualmente utilizados nesses documentos e poderão ser editados em cores.

4.1.1.10. As peças que integram a Ideia Criativa devem ter formatos compatíveis com suas características, devendo adequar-se ao tamanho do invólucro “01” (**60cm de comprimento, 50cm de largura e 15,5cm de altura**).

4.1.1.11. Os subquesitos Raciocínio Básico e Estratégia de Comunicação Publicitária poderão ter gráficos e/ou tabelas, observadas as seguintes regras:

a) Os gráficos e/ou tabelas poderão ser editados em cores;

b) Os dados e informações dos quadros e/ou tabelas devem ser editados na fonte “Arial”, estilo “Normal”, cor “Automático”, tamanho “10 (dez) pontos”;

c) As páginas referentes aos gráficos e/ou tabelas poderão ser impressos na orientação paisagem e apresentadas em papel A3 dobrado. Nesse caso, para fins do limite previsto no subitem 4.1.10, o papel A3 será computado como duas páginas de papel A4;

4.1.1.12 Os textos do Raciocínio Básico, da Estratégia de Comunicação Publicitária e da relação e descrição das peças publicitárias estão limitados no conjunto a 10 páginas, ressalva- do que não serão computadas nesse limite as páginas usadas apenas para separar os textos desses subquesitos.

4.1.2. INVÓLUCRO “02” - PROPOSTA TÉCNICA (IDENTIFICADA)

4.1.2.1. No Invólucro “02” deverá estar acondicionado o Plano de Comunicação Publicitária–Via Identificada, consistindo em: Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia, em consonância com o indicado no subitem 5.3, deste Edital.

4.1.2.2. O conteúdo indicado no subitem 5.3, deste Edital, exceto as peças que compõem a Ideia Criativa, deverá ser acondicionado em invólucro providenciado pela licitante, o qual poderá ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até sua abertura, devendo ser identificado conforme abaixo:

**INVÓLUCRO “02” PROPOSTA TÉCNICA – VIA IDENTIFICADA PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA
NOME DA LICITANTE/CNPJ
CONCORRÊNCIA Nº _____ – CÂMARA MUNICIPAL DE FORTALEZA**

4.1.2.3. O Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada, sem os exemplos de peças e ou material da Ideia Criativa, deverá constituir-se em cópia da via não identificada, com as seguintes especificidades:

- a) ter a identificação da licitante;
- b) ser datado;
- c) 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.
- d) Em papel A4, branco, com 75 gr/m², orientação retrato;
- e) Espaçamento de 02 (dois) centímetros na margem esquerda e direita, a partir da borda;
- f) Sem recuos nos parágrafos e linhas subsequentes;
- g) Com textos justificados;
- h) Com espaçamento “simples” entre as linhas;
- i) Com texto e numeração de páginas em fonte “Arial”, estilo “Normal”, cor “Automático” tamanho 12 (doze) pontos;
- j) Com numeração em todas as páginas, pelo editor de textos, a partir da primeira página interna em algarismos arábicos, no canto inferior direito da página;
- k) Em caderno único, utilizando espiral plástico na cor preta, colocado à esquerda;
- l) Ter a identificação da Licitante;
- m) Ser datado;
- n) 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.

4.1.2.4. Na elaboração das tabelas, planilhas e gráficos integrantes do Plano de Mídia e Não Mídia, poderão ser utilizadas as fontes tipográficas e tamanhos de fonte habitualmente utilizados nesses documentos e poderão ser editados em cores.

4.1.3. INVÓLUCRO “03” - PROPOSTA TÉCNICA

4.1.3.1. No invólucro “03” deverão estar acondicionados a Capacidade de Atendimento, o Repertório e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, de que tratam os subitens 5.4, 5.5 e 5.6 deste Edital.

4.1.3.2. O conteúdo indicado no subitem 5.3, deste Edital, deverá ser acondicionado em invólucro providenciado pela licitante, o qual poderá ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até sua abertura, devendo ser identificado conforme abaixo:

**INVÓLUCRO “03” PROPOSTA TÉCNICA
CAPACIDADE DE ATENDIMENTO, REPERTÓRIO E RELATOS DE SOLUÇÕES DE
PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO
NOME DA LICITANTE/CNPJ
CONCORRÊNCIA Nº _____ – CÂMARA MUNICIPAL DE FORTALEZA**



4.1.3.3. O conteúdo do invólucro “03” deverá ser acondicionado em um único volume com dimensões conforme necessário, em virtude de sua própria característica.

4.1.3.4. O invólucro “03” não poderá 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 “02”.

INVÓLUCRO “04” - PROPOSTA DE PREÇO

4.1.4.1. Os documentos indicados nos subitens 8.2 e 8.3, deste Edital, deverão ser acondicionados em invólucro providenciado pela licitante, o qual poderá ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até sua abertura, devendo ser identificado conforme abaixo:

**INVÓLUCRO “04” PROPOSTA DE PREÇOS
NOME DA LICITANTE/CNPJ
CONCORRÊNCIA Nº _____ – CÂMARA MUNICIPAL DE FORTALEZA**

4.2. As propostas e os documentos deverão ser redigidos em língua portuguesa, salvo quanto às expressões técnicas de uso corrente, com clareza, sem emendas ou rasuras.

4.3. No ato da entrega dos invólucros com as Propostas Técnicas e de Preço, o representante da licitante apresentará à CPC, documento que o credencia a participar do presente certame, com seu documento de identidade com fé pública.

4.4. Quando a representação for exercida na forma de seus atos constitutivos, por sócio ou dirigente, o documento de credenciamento consistirá, respectivamente, em cópia do ato que estabelece a prova de representação da empresa, onde conste o nome do sócio e os poderes para representá-la, ou cópia da ata da assembleia de eleição do dirigente.

4.5. Caso o preposto da licitante não seja seu representante estatutário ou legal, o credenciamento será feito por intermédio de procuração, mediante instrumento público ou particular, constando, no mínimo, os poderes descritos no modelo que constitui o Anexo II, deste Edital.

4.6. A licitante que não estiver devidamente representada nos termos descritos nos subitens acima não terá prejudicada a sua participação no certame, mas a pessoa que estiver no certame à sua ordem não terá voz ativa.

5. DA PROPOSTA TÉCNICA (INVÓLUCROS 01, 02 E 03)

5.1. A licitante deverá apresentar proposta técnica estruturada de acordo com os seguintes quesitos:

- a) Plano de Comunicação Publicitária (Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não-Mídia);
- b) Capacidade de Atendimento;
- c) Repertório;
- d) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação.

5.2. O Plano de Comunicação Publicitária deverá ser entregue completo e sem identificação

da licitante no invólucro “01”. O invólucro “02” deverá conter cópia identificada do Plano de Comunicação Publicitária encadernada, sem as peças. Os demais componentes da proposta técnica (Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação) deverão ser entregues no invólucro “03”.

5.3. A licitante deverá apresentar Plano de Comunicação Publicitária elaborado com base no Briefing, constante no Apêndice do Anexo I, deste Edital, devendo o mesmo compreender os seguintes subquesitos:

5.3.1. Raciocínio Básico, que será consubstanciado em texto no qual a licitante apresentará:

a) diagnóstico das necessidades de comunicação publicitária da Câmara Municipal de Fortaleza para enfrentar o desafio de comunicação;

b) sua compreensão sobre o objeto da licitação e, principalmente, sobre o desafio de comunicação a ser enfrentado e sobre os objetivos, geral e específicos, de comunicação expressos no Briefing (Apêndice do Anexo I).

5.3.2. Estratégia de Comunicação Publicitária, texto em que a licitante:

a) apresentará e defenderá o partido temático e o conceito que, de acordo com o seu raciocínio básico, devem fundamentar a proposta de solução do problema específico de comunicação da Câmara Municipal de Fortaleza;

b) explicitará e defenderá os principais pontos da estratégia de comunicação publicitária sugerida para a solução do problema específico de comunicação, especialmente o que dizer, a quem dizer, como dizer e que instrumentos, ferramentas e meios de divulgação utilizar.

5.3.3. Ideia Criativa: a licitante apresentará campanha publicitária com exemplos de peças que corporifiquem objetivamente a proposta de solução do problema específico de comunicação, observadas as seguintes disposições:

a) apresentar relação de peças e/ou material que julgar necessários para a execução da sua proposta de estratégia de comunicação publicitária, como previsto no subitem 5.3.2, deste Edital, com comentários sobre cada peça e/ou material.

b) da relação prevista na alínea anterior, escolher e apresentar como exemplos as peças e ou material que julgar mais indicados para corporificar objetivamente sua proposta de solução do desafio de comunicação, conforme explicitado na estratégia de comunicação publicitária.

5.3.3.1. Os comentários mencionados na alínea ‘a’ do subitem 5.3.3, deste Edital, estão circunscritos à especificação de cada peça e ou material e à explicitação das funções táticas que se pode esperar de cada peça e ou material.

5.3.3.2. Os exemplos de peças:

a) estão limitados a 7 (sete), independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça;

b) podem ser apresentados sob a forma de roteiro, layout e story-board impressos, para qualquer peça, e de “monstro” ou story-board animado para tv, cinema, internet e rádio.

c) ‘boneco’ ou layout montado dos materiais de não mídia.

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

5.3.3.4. Na elaboração de ‘monstro’ ou *layout* eletrônico para o meio rádio poderão ser in-

ridos todos os elementos de referência, tais como trilha sonora, ruídos de ambientação, voz de personagens e locução.

5.3.3.5. Na elaboração do *storyboard* animado ou *animatic* poderão ser inseridas fotos e imagens estáticas, além de trilha sonora, voz de personagens e locução.

5.3.3.6. O ‘monstro’ ou layout eletrônico e o *storyboard* animado ou *animatic* deverão ser apresentados em PENDRIVE ou HD EXTERNO, executáveis em sistema operacional *Windows*.

5.3.3.7. Nessas mídias de apresentação (PENDRIVE ou HD EXTERNO) 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.

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

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

- a) texto em fonte Arial, tamanho de 12 pontos;
- b) nos casos de “monstro” ou layout eletrônico e de *storyboard* animado ou *animatic*, que deverão ser apresentados em PENDRIVE ou HD EXTERNO, a indicação do tipo de peça deve ocorrer nos nomes dos arquivos salvos, uma vez que essas mídias devem ser apresentadas na condição original, somente com a marca do fabricante, conforme descrito anteriormente.

5.3.3.10. Para fins de cômputo das peças que poderão ser apresentadas fisicamente como exemplos, até o limite de **7 (sete)**, devem ser observadas as seguintes regras:

- a) as reduções e variações de formato serão consideradas como novas peças;
- b) cada peça apresentada como parte de um kit será computada no referido limite;
- c) uma peça sequencial, para qualquer meio (a exemplo de anúncio para revista e jornal, banner de internet e painéis sequenciais de mídia exterior, tais como *outdoor*, envelopamento de veículo, adesivagem de finger, entre outros), será considerada 01 (uma) peça, se o conjunto transmitir mensagem única;
- d) um *hotsite* e todas as suas páginas serão considerados 01 (uma) peça;
- e) um filme e o *hotsite* que o hospeda serão considerados 02 (duas) peças;
- f) um *banner* e o *hotsite* por ele direcionado serão considerados 02 (duas) peças.
- g) Descrição de Áudio junto à apresentação de peça produzida, será considerado 01 (uma) peça.

5.3.4. Estratégia de Mídia e Não Mídia constituída de:

- a) texto em que, de acordo com as informações do Briefing, demonstrará capacidade para atingir os públicos prioritários da campanha (permitida a inclusão de tabelas e gráficos) e indicará o uso dos recursos de comunicação próprios da Câmara Municipal de Fortaleza;
- b) simulação de plano de distribuição das peças de que trata o item 5.3.3, deste Edital, acompanhada de tabelas, planilhas e texto com a explicitação das premissas adotadas e suas justificativas.

b.1) As páginas em que estiverem inseridos os gráficos, tabelas e planilhas da simulação do plano de distribuição das peças poderão ser apresentadas em papel A3 branco dobrado.

5.3.4.1. Da simulação deverá constar um resumo geral com informações sobre, pelo menos, o período de veiculação; os valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em mídia, separadamente por meios e os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção de cada peça, separadamente de mídia e não mídia.

5.3.4.1.1. Os valores ou custos indicados pelas licitantes que não correspondam aos efetivamente cobrados pelos veículos de comunicação, serão contabilizados como falha na elaboração da Estratégia de Mídia e Não Mídia, cabendo à Subcomissão Técnica diminuir a respectiva nota, nos termos do item a.4, “a”, 6.3.1., deste Edital.

5.3.4.2. Em se tratando de não mídia, no resumo geral também deverão ser explicitadas as quantidades a serem produzidas de cada peça.

5.3.4.3. Na simulação de que trata a alínea “b” do subitem 5.3.4:

- a) os preços das inserções em veículos de divulgação deverão ser os de tabela cheia, vigentes na data de publicação do último Aviso de Licitação;
- b) não devem ser incluídos na estratégia de mídia dessa simulação veículos de divulgação que não atuem com tabela de preços;
- c) deverá ser desconsiderado o repasse de parte do desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do Artigo 11, da Lei n 4.680/1965;
- d) deverão ser desconsiderados os honorários sobre os bens e serviços especializados prestados por fornecedores.

5.3.4.4. 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.

5.4. Capacidade de atendimento, textos nos quais a licitante apresentará:

- a) relação nominal dos principais clientes atendidos pela licitante à época da licitação, com a especificação do período de atendimento de cada um deles;
- b) a quantificação e a qualificação, sob a forma de currículo resumido (no mínimo, nome, formação e experiência), dos profissionais que serão colocados à disposição da execução do contrato, discriminando-se as áreas de atuação; estudo e planejamento, criação, produção de rádio e TV, produção gráfica, mídia e atendimento;
- c) as instalações, a infraestrutura e os recursos materiais disponíveis para a execução do contrato;
- d) a sistemática de atendimento, discriminando-se as obrigações a serem cumpridas pela licitante, na execução do contrato, incluídos os prazos a serem praticados, em condições normais de trabalho, na criação de peça avulsa ou de campanha e na elaboração de plano de mídia;
- e) 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 Fortaleza, sem ônus adicional, durante a execução do contrato.

5.5. Repertório, consubstanciado em apresentação, sob forma de peças e respectivas fichas técnicas, de um conjunto de trabalhos, concebidos e veiculados/expostos pela licitante.



5.5.1. Poderão ser apresentadas até **7 (sete) peças**, independente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça, todas veiculadas ou expostas a partir do ano de 2020.

5.5.2. Para cada peça, deve ser apresentada uma ficha técnica com a indicação sucinta do problema que cada peça se propõe a resolver e a identificação da licitante, título, data de produção, período de veiculação/exposição e menção de pelo menos 01 (um) veículo/espaço que a divulgou/expôs.

5.5.3. O material em vídeo, os spots e/ou jingle, as peças de internet deverão ser fornecidos em PENDRIVE ou HD EXTERNO; as peças gráficas impressas em proporções que preservem suas dimensões originais e sua leitura.

5.5.4. As peças não podem se referir a trabalhos solicitados e/ou aprovados pela Câmara municipal de Fortaleza.

5.6. Os Relatos de Solução de Problemas de Comunicação deverão ser apresentados, em caderno específico, até 02 (dois) cases, relatando, em no máximo, 02 (duas) páginas cada, soluções de problemas de comunicação.

5.6.1. Os relatos terão de ser formalmente referendados pelos respectivos anunciantes e não podem se referir a ações de comunicação solicitadas e/ou aprovadas pela Câmara municipal de Fortaleza.

5.6.2. Para cada Relato, é permitida a inclusão de até 05 (cinco) peças e/ou material, independente do meio de divulgação, tipo ou característica da peça, caso em que, se incluídos:

a) As peças eletrônicas deverão ser fornecidas em PENDRIVE ou HD EXTERNO, executáveis no sistema operacional Windows, podendo integrar o caderno específico ou serem apresentados separadamente (soltos);

b) As peças gráficas poderão integrar o caderno específico mencionado no subitem 5.6, ou serem apresentadas separadamente (soltas), preservadas, em qualquer hipótese, a compreensão de seu conteúdo e a indicação de suas dimensões originais;

b.1) Se apresentadas separadamente (soltas), as peças poderão ter qualquer formato, podendo inclusive serem apresentadas dobradas ou não;

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

5.7. Os textos pertinentes ao Plano de Comunicação Publicitária estão limitados a 10 (dez) páginas, ressalvada a relação das peças de que trata o subitem 5.3.3 "a" e os textos, tabelas, gráficos e planilhas referentes às alíneas "a" e "b" do subitem 5.3.4 não serão computados nesse limite de páginas.

5.8. A critério da Câmara Municipal de Fortaleza, as campanhas publicitárias das Propostas vencedoras poderão ou não vir a serem produzidas e veiculadas, com ou sem modificações, quando da vigência do contrato.

6. JULGAMENTO DA PROPOSTA TÉCNICA

6.1. As propostas técnicas serão analisadas por subcomissão técnica, prevista no item 7, deste Edital, quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste instrumento convocatório e em seus anexos.

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

6.2.1. Plano de Comunicação Publicitária

6.2.1.1. Raciocínio Básico

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

6.2.1.2. Estratégia de Comunicação Publicitária

- a) a adequação do partido temático e do conceito à natureza e às atividades da contratante, bem como ao desafio e aos objetivos de comunicação;
- b) a consistência da argumentação em defesa do partido temático e do conceito;
- c) a consistência técnica dos pontos centrais da Estratégia de Comunicação Publicitária proposta;
- d) a capacidade da licitante de articular os conhecimentos sobre a contratante, o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing;
- e) o alinhamento da campanha com a diversidade de mídias disponíveis no mercado.

6.2.1.3. Ideia Criativa

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

6.2.1.4. Estratégia de Mídia e Não Mídia

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



6.2.2. Capacidade de Atendimento

- a) o porte e a tradição dos clientes, como anunciantes publicitários, e o período de atendimento a cada um;
- b) a experiência dos profissionais da licitante e a adequação das qualificações e das quantificações desses profissionais às necessidades de comunicação publicitária da contratante;
- c) a adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que estarão à disposição da execução do contrato;
- d) a operacionalidade do relacionamento entre a Câmara Municipal de Fortaleza e a licitante, esquematizado na proposta;
- e) a relevância e a utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que a licitante colocará regularmente à disposição da Câmara municipal de Fortaleza, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato.

6.2.3. Repertório:

- a) a ideia criativa, sua pertinência ao problema que a licitante se propôs a resolver e sua adequação à natureza do cliente, ao público-alvo e ao desafio de comunicação;
- b) a qualidade da produção, da execução e do acabamento da peça e/ou material;
- c) a clareza e precisão das mensagens e a adequação da linguagem às características dos meios e públicos-alvo.

6.2.4. Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

- a) a evidência de planejamento estratégico por parte da licitante na proposição da solução publicitária;
- b) a demonstração de que a solução publicitária contribuiu para o alcance dos objetivos de comunicação do cliente;
- c) a relevância dos resultados apresentados;
- d) a concatenação lógica da exposição.

6.3 A nota da Proposta Técnica está limitada ao máximo de 100 (cem) pontos e será apurada segundo a metodologia a seguir.

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

a) Plano de Comunicação Publicitária – (sessenta e cinco pontos)

- a1) Raciocínio Básico – dez pontos
- a2) Estratégia de Comunicação Publicitária – vinte pontos

a3) Ideia Criativa – vinte e cinco pontos

a4) Estratégia de Mídia e Não Mídia – dez pontos

b) Capacidade de Atendimento – (quinze pontos)

c) Repertório – (dez pontos)

d) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação – (dez pontos)

| Quesitos/Subquesitos | Pontos |
|--|---------------|
| Plano de Comunicação Publicitária | 65 |
| Raciocínio Básico | 10 |
| Estratégia de Comunicação Publicitária | 20 |
| Ideia Criativa | 25 |
| Estratégia de Mídia e Não Mídia | 10 |
| Capacidade de Atendimento | 15 |
| Repertório | 10 |
| Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação | 10 |
| Pontuação máxima total | 100 |

6.3.2. A nota do quesito corresponderá à média aritmética das notas dos membros da Subcomissão Técnica.

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

6.4 Será desclassificada a Proposta que:

- não atender às exigências do presente Edital e de seus anexos;
- apresentar qualquer informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação da autoria do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, antes da abertura do Invólucro nº 2;
- não alcançar, no total, a nota mínima de 80 (oitenta) pontos;
- obtiver nota zero em quaisquer dos quesitos ou subquesitos a que se referem os itens 6.2.1.1 a 6.2.1.4 e 6.2.2 a 6.2.4, deste Edital.

6.5. Serão consideradas melhor classificadas na fase do julgamento técnico as licitantes que obtiverem as quatro maiores pontuações na soma das notas dos quesitos.

6.6. Se houver empate que impossibilite a identificação automática das duas melhores classificadas nesta fase, serão assim consideradas as licitantes que obtiverem as maiores pontuações, sucessivamente, nos quesitos correspondentes aos itens 6.2.1 a 6.2.4, deste Edital.

6.7. Persistindo o empate, a decisão será feita por sorteio em ato público marcado pela CPC, cuja data será divulgada na forma do item 13, deste Edital, e para o qual serão convidadas todas as licitantes.

7. DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA

7.1. As Propostas Técnicas serão analisadas e julgadas por Subcomissão Técnica, composta por 03 (três) membros que tenham formação superior em, no mínimo, Comunicação, Publicidade ou Marketing ou, ainda, que atuem profissionalmente em uma das duas áreas, nos termos da Lei Federal n. 12.232, de 29 de abril de 2010.

7.1.1. 01 (um) dos membros da Subcomissão não poderá manter nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com a Câmara Municipal de Fortaleza.

7.2. A escolha dos membros da Subcomissão Técnica dar-se-á por sorteio, em sessão pública, entre os nomes registrados por meio de Edital de Chamamento Público, em uma relação que terá, no mínimo, 09 (nove) integrantes, previamente cadastrados pela Câmara



Municipal de Fortaleza.

7.2.1 A relação dos nomes referidos no subitem 7.2 deste Edital será publicada pela CPC no Diário Oficial do Município, em prazo não inferior a 10 (dez) dias da data em que será realizada a sessão pública marcada para o sorteio.

7.2.2 O sorteio será processado pela CPC, com vistas 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 Fortaleza, nos termos dos subitens 7.1.1 e 7.2., deste Edital.

7.2.3 A relação prevista no subitem 7.2, deste Edital, conterá, separadamente, os nomes dos que mantenham e os dos que não mantenham vínculo com a Câmara Municipal de Fortaleza.

7.2.4. Até 48 (quarenta e oito) horas antes da sessão pública destinada ao sorteio, qualquer interessado poderá impugnar pessoa integrante da relação a que se refere o subitem 7.2, mediante a apresentação à CPC de justificativa para a exclusão, juridicamente fundamentada.

7.2.5. De igual forma, o membro da referida Subcomissão deverá declarar-se suspeito ou impedido, imediatamente, sempre que constatar que participa do certame agência de publicidade e/ou projeto nos quais tenha trabalhado ou participado, em respeito aos princípios da imparcialidade e da transparência no julgamento das propostas, sob pena de responsabilidade, com fulcro na Lei Federal nº 14.133/2021.

7.2.5.1. 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.

7.2.6. A abstenção do impugnado ou o acolhimento da impugnação, mediante decisão fundamentada da autoridade competente, implicará, se necessário, a elaboração e a publicação de nova lista, sem o nome impugnado, respeitado o disposto neste item 7, deste Edital.

7.2.6.1. Será necessário publicar nova relação se o número de membros mantidos depois da impugnação restar inferior ao mínimo exigido no subitem 7.2, deste Edital.

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

7.2.7 A sessão pública para o sorteio será realizada após a decisão motivada da impugnação, em data previamente designada, garantidos o cumprimento do prazo mínimo previsto no subitem 7.2.1 e a possibilidade de fiscalização do sorteio por qualquer interessado.

8. DA PROPOSTA DE PREÇOS (INVÓLUCRO 04)

8.1. A proposta de preços da licitante deverá ser:

a) apresentada em caderno único, em papel que identifique a licitante, ter suas páginas numeradas sequencialmente e ser redigida em língua portuguesa, salvo quanto às expressões técnicas de uso corrente, com clareza, sem emendas ou rasuras;

b) elaborada em 02 (dois) documentos distintos, descritos nos subitens 8.2 e 8.3;

c) datadas e assinadas nos documentos referidos nos subitens 8.2 e 8.3, por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente



identificado.

8.2. A licitante deverá apresentar Planilha de Preços Sujeitos a Valoração, a ser elaborada apenas com as informações constantes do Anexo III, deste Edital.

8.3. A licitante deverá elaborar Declaração na qual:

a) Comprometer-se-á a envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores de serviços especializados e veículos, quando for o caso, transferindo à Câmara municipal de Fortaleza as vantagens obtidas;

b) informará estar ciente e de acordo com as disposições alusivas a direitos autorais estabelecidas na Cláusula Décima da Minuta do Contrato, constante no Anexo X, deste Edital.

8.3.1. O preço proposto será de exclusiva responsabilidade da licitante e não lhe assistirá o direito de pleitear, na vigência dos Contratos a serem firmados, nenhuma alteração, sob alegação de erro, omissão ou qualquer outro pretexto.

8.3.2. Tratará da questão dos direitos autorais, estabelecendo:

8.3.2.1. A cessão, total e definitiva, dos direitos patrimoniais de uso das ideias (incluídos os estudos, análises e planos), peças, campanhas e demais materiais de publicidade, de sua propriedade, concebidos, criados e produzidos em decorrência do contrato que vier a ser firmado, sem qualquer remuneração adicional ou especial, mesmo após a vigência do contrato.

8.3.2.2. O compromisso de em todas as contratações que envolvam direitos de terceiros, solicitar de cada terceiro que vier a ser contratado dois orçamentos para execução do serviço, um de cessão de direitos por tempo limitado e outro de cessão total e definitiva de tais direitos, para que a Câmara Municipal de Fortaleza escolha uma das alternativas;

8.3.2.3. Que nos casos de cessão de direitos por tempo limitado condicionará a contratação de serviços com terceiros pelo período indicado pela Câmara Municipal de Fortaleza e que utilizará os trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos autorais ou conexos dentro dos limites estipulados no respectivo ato de cessão;

8.3.2.4. O compromisso de, quando a Câmara Municipal de Fortaleza optar pela execução dos serviços com a cessão total e definitiva, fazer constar dos ajustes que vier a celebrar com terceiros, para a produção de peças e campanhas e a prestação de outros serviços, cláusulas escritas que:

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

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

8.3.2.5. Que considerará como já incluída no custo de produção qualquer remuneração devida a terceiros em decorrência da cessão de direitos, por tempo limitado ou total e definitiva.

8.3.2.6. O compromisso de fazer constar, em destaque, em todos os orçamentos de produção de peças, os custos dos cachês, os de cessão de direito de uso de obra(s) consagrada(s) incorporada(s) à peça e os de cessão dos demais direitos;



8.3.2.7. O compromisso de fazer constar dos respectivos ajustes que vier a celebrar com terceiros, nos casos de tomadas de imagens sob a forma de reportagens, documentários e outras, que não impliquem direitos de uso de imagem e som de voz, cláusulas escritas estabelecendo:

8.3.2.7.1. Serão entregues para a Câmara Municipal de Fortaleza duas cópias, uma em HD Externo e outra em DVD, de todo o material produzido;

8.3.2.7.2. A cessão dos direitos patrimoniais de uso desse material à Câmara Municipal de Fortaleza que poderá, a seu juízo, utilizar referidos produtos, diretamente ou por intermédio de terceiros, com ou sem modificações, durante a vigência do contrato a ser firmado e mesmo após seu término ou eventual rescisão, sem que caiba à Câmara Municipal de Fortaleza qualquer ônus perante os cedentes desses direitos.

8.3.2.7.3. A Câmara Municipal de Fortaleza poderá reproduzir, de forma parcial ou integral, editar, adaptar o arranjo musical e quaisquer outras transformações, a tradução para qualquer idioma, a inclusão em fonograma ou produção audiovisual, veiculação, quando intrínseca ao contrato firmado pelo autor com terceiros para uso ou exploração da obra.

8.3.2.7.4. A remuneração devida em decorrência dessa cessão será sempre considerada como já incluída no custo de produção.

8.3.2.8. O compromisso de sempre negociar as melhores condições de preço para os direitos de imagem e som de voz (atores e modelos) e sobre obras consagradas, nos casos de reutilizações de peças publicitárias da Câmara Municipal de Fortaleza.

8.3.3. Garantir a transferência à Câmara Municipal de Fortaleza de toda e qualquer vantagem obtida nas negociações de preços e/ou condições de pagamento junto a veículos e a fornecedores.

8.4. 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.

9. VALORAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇOS

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

9.2. Será desclassificada a Proposta de Preços que:

9.2.1. Não atender às exigências deste Edital e de seus anexos, que apresentar preços baseados em outra Proposta ou que contiver qualquer item condicionante para a entrega dos serviços.

9.2.2. Apresentar desconto inferior a 35% (Trinta e cinco por cento) em relação aos preços previstos na tabela do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Ceará, a título de ressarcimento dos custos internos dos trabalhos realizados pela própria licitante.

9.2.3. Apresentar percentual de honorários superior a 15% (quinze por cento) referente à produção de peças e materiais cuja distribuição **não** proporcione à licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, incidente sobre os custos de serviços realizados por terceiros.

9.2.4. Apresentar percentual de honorários superior a 10% (Dez por cento) incidente sobre os custos de outros serviços realizados por terceiros, referentes a pesquisas de pré-teste e pós-teste – vinculadas à concepção e criação de campanhas e peças publicitárias – e à



elaboração de marcas, de expressões de propaganda, de logotipos e de outros elementos de comunicação visual.

9.3 Os quesitos a serem valorados são os integrantes da Planilha que constitui o Anexo III.

9.4 A Comissão Permanente de Contratação atribuirá notas para cada um dos quesitos a serem valorados, conforme a seguinte tabela:

| Desconto/Honorários - Notas (N) | | |
|--|--|--|
| Percentual de desconto sobre os custos internos, baseado na tabela de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Ceará. | Percentual de honorários referentes à produção de peças e materiais cuja distribuição não proporcione à licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, incidente sobre os custos de serviços realizados por terceiros | Percentual de honorários incidente sobre os custos de outros serviços realizados por terceiros |
| $N = 0,125 \times (\text{Desconto} - 35)$ | $N = 7,0 \times (15,0 - \text{Honorários})$ | $N = 7,0 \times (10,0 - \text{Honorários})$ |

Observação: para efeito de cálculo das notas de cada licitante, os termos desconto e honorários serão substituídos nas fórmulas da coluna Notas pelas respectivas porcentagens que constarem de sua Planilha de Preços Sujeitos a Valoração, sem o símbolo "%".

9.4.1. A nota de cada Proposta de Preços será obtida mediante a soma das notas dos quesitos constantes da tabela referida no item 9.4.

9.4.2. A Proposta de Preços que obtiver o maior somatório das notas será considerada como a de menor preço, e servirá como referencial na negociação com as licitantes melhores classificadas na fase de proposta técnica.

9.5. Se houver empate, será considerada como de menor preço a Proposta que apresentar, sucessivamente: o menor percentual de honorários referentes à produção de peças e materiais cuja distribuição não proporcione à licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, incidente sobre os custos de serviços realizados por terceiros; o menor percentual de honorários incidente sobre os custos de outros serviços realizados por terceiros ou o maior percentual de desconto sobre os custos internos.

10. DO JULGAMENTO FINAL DAS PROPOSTAS

10.1. O julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços desta concorrência será realizado nos termos do Artigo 5º, da Lei Federal nº 12.232/2010 e dos Artigos 35 e 37 da Lei Federal nº 14.133/2021.

10.2. Será considerada vencedora a licitante mais bem classificada no julgamento da Proposta Técnica, observado o disposto nos subitens 6.6 e 6.7, deste Edital, e que:

- apresentar o menor preço; ou
- não tenha apresentado o menor preço mas concordar em reduzir o valor constante na



sua proposta, tendo como referência, o limite apresentado pela proposta de menor preço, devendo serem observados os percentuais de desconto e de honorários da proposta de menor preço.

10.3. No caso de impasse na negociação prevista na alínea “b” do subitem 10.2, procedimento idêntico será adotado, sucessivamente, com os demais proponentes, pela ordem de classificação das propostas técnicas, até a consecução de acordo para a contratação.

11. ENTREGA, FORMA DE APRESENTAÇÃO E DO EXAME DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

11.1. Os Documentos de Habilidade deverão ser entregues à CPC, 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.

11.1.1. A licitante classificada no julgamento final das Propostas que não apresentar os Documentos de Habilidade na referida sessão será alijada do certame, exceto diante da ocorrência de que trata o subitem 11.8., deste Edital.

11.1.2. Os documentos deverão estar acondicionados no invólucro “05”, que deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

| |
|--|
| INVÓLUCRO “05” |
| DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO |
| NOME DA LICITANTE/CNPJ |
| CONCORRÊNCIA Nº _____ – CÂMARA MUNICIPAL DE FORTALEZA |

11.1.3. O invólucro “05” será providenciado pela licitante e pode ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável quanto às informações de que trata, até sua abertura.

11.1.4. Os Documentos de Habilidade deverão ser apresentados da seguinte forma:

a) Em originais ou publicação em Órgão Oficial, ou, ainda, por qualquer processo de cópia autenticada em Cartório. Somente serão aceitas cópias legíveis, que ofereçam condições de análise por parte da CPC.

b) Dentro do prazo de validade, para aqueles cuja validade possa expirar. Na hipótese de o documento não conter expressamente o prazo de validade, deverá ser acompanhado de declaração ou regulamentação do órgão emissor que disponha acerca da validade do mesmo. Na ausência de referida declaração ou regulamentação, o documento será considerado válido pelo prazo de 60 (sessenta) dias, a contar da data de sua emissão.

c) Em caderno único, rubricados, numerados sequencialmente, da primeira à última página, de modo a refletir o número exato de páginas.

d) A eventual falta de numeração ou numeração incorreta, poderá ser suprida por representante credenciado da licitante na sessão de abertura dos Documentos de Habilidade.

e) Os Documentos de Habilidade somente serão aceitos mediante cópias legíveis e que ofereçam condições de análise por parte da CPC.

11.2. Para se habilitar a esta Concorrência, a licitante deverá apresentar a seguinte

documentação:

11.2.1. HABILITAÇÃO JURÍDICA

- a) **REGISTRO COMERCIAL**, no caso de empresa individual;
- b) **ATO CONSTITUTIVO, ESTATUTO OU CONTRATO SOCIAL EM VIGOR**, devidamente registrado, em se tratando de sociedades comerciais, e, no caso de sociedade por ações, acompanhado de ata da assembleia que elegeu seus atuais Administradores. Em se tratando de sociedades civis, Ato Constitutivo acompanhado de prova de diretoria em exercício.
 - b.1) Os documentos mencionados na alínea "b" deverão estar acompanhados de todas as suas alterações ou da respectiva consolidação e deles deverão constar, entre os objetivos sociais, a execução de atividades da mesma natureza ou compatível com o objeto desta Concorrência;
- c) **INSCRIÇÃO DO ATO CONSTITUTIVO EM CARTÓRIO DE REGISTRO DE PESSOAS JURÍDICAS**, no caso de sociedades civis, acompanhada de prova da diretoria em exercício;
- d) **DECRETO DE AUTORIZAÇÃO, EM SE TRATANDO DE EMPRESA OU SOCIEDADE ESTRANGEIRA EM FUNCIONAMENTO NO PAÍS**, e ato de registro ou autorização para funcionamento expedido pelo órgão competente, quando a atividade assim o exigir.

11.2.2. REGULARIDADE FISCAL E TRABALHISTA

- a) Prova de Inscrição na Fazenda Federal (CNPJ);
- b) Prova de Inscrição na Fazenda Estadual (CGF) ou documento comprobatório de isenção, emitido por órgão competente ou Fazenda Municipal;

11.2.2.1 Prova de regularidade para com as Fazendas Federal, Estadual e Municipal da sede da licitante:

a) A comprovação de regularidade fiscal perante a Fazenda Nacional referente a todos os tributos e à Dívida Ativa da União será efetuada mediante a apresentação da certidão prevista na Portaria nº 358, de 5 de setembro de 2014. As certidões de prova de regularidade fiscal emitidas nos termos do Decreto nº 6.106/2007 e da Portaria 358/2014 têm eficácia durante o prazo de validade nelas constante.

b) A comprovação de quitação para com a Fazenda Estadual deverá ser feita através de Certidão Consolidada Negativa de Débitos inscritos na Dívida Ativa Estadual, ou na inexistência desta, de Certidão Negativa/Positiva com Efeitos de Negativa de Débitos relativos aos Impostos de competência Estadual e de Certidão Negativa/Positiva com Efeitos de Negativa da Dívida Ativa do Estado, emitida pela Procuradoria Geral do Estado;

c) A comprovação de quitação para com a Fazenda Municipal deverá ser feita através de Certidão Consolidada Negativa de Débitos inscritos na Dívida Ativa Municipal, ou na inexistência desta, de Certidão Negativa/Positiva com Efeitos de Negativa de Débitos relativos aos Impostos de competência Municipal e de Certidão Negativa/Positiva com Efeitos de Negativa da Dívida Ativa do Município, emitida pela Procuradoria Geral do Município:

c.1) As empresas participantes desta licitação obedecerão ao que determina a legislação específica do MUNICÍPIO, do domicílio da licitante.

c.2) Para os municípios que emitem prova de regularidade para com a Fazenda Municipal em separado, as proponentes deverão apresentar as duas certidões, isto é, Certidão sobre Tributos Imobiliários e Certidão de Tributos Mobiliários.

c.3) Caso a proponente não possua imóvel cadastrado em seu nome, deverá apresentar declaração ou documento emitido pela Prefeitura, indicando esta situação.

d) **COMPROVAÇÃO DE INEXISTÊNCIA DE DÉBITOS INADIMPLIDOS PERANTE A JUSTIÇA DO TRABALHO**, que deverá ser feita através da **Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas** ou da **Certidão Positiva de Débitos Trabalhistas**, com os mesmos efeitos da **Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas – CNDT**.

e) **PROVA DE SITUAÇÃO REGULAR PERANTE O FUNDO DE GARANTIA POR TEMPO DE SERVIÇO – FGTS**, por meio de Certificado de Regularidade de Situação – CRF.

11.2.3. QUALIFICAÇÃO TÉCNICA

a) **REGISTRO OU INSCRIÇÃO NO SINDICATO DAS AGÊNCIAS DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA** de sua base territorial ou na Associação Brasileira de Agências de Publicidade – Abap.

b) **CERTIFICADO DE QUALIFICAÇÃO TÉCNICA CONCEDIDO PELO CENP – CONSELHO EXECUTIVO DAS NORMAS PADRÃO**.

c) **ATESTADOS DE CAPACIDADE TÉCNICA**, expedidos por 3 (três) pessoas jurídicas de direito público ou privado, que comprovem a aptidão da licitante para o desempenho de atividade pertinente e compatível com o objeto da licitação;

d) INDICAÇÃO DAS INSTALAÇÕES, DO APARELHAMENTO E DO PESSOAL TÉCNICO

adequado e disponível para a realização do objeto da licitação, bem como da qualificação de cada um dos membros da equipe técnica que se responsabilizará pelos trabalhos.

d.1) Os profissionais indicados pela licitante para fins de comprovação da capacidade técnico-profissional deverão participar do serviço objeto da licitação, admitindo-se a substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior, desde que aprovada pela administração.

e) Caso a licitante não atenda a exigência da alínea “d” anterior, deverá apresentar declaração comprometendo-se a instalar filial ou sucursal em Fortaleza com estrutura compatível ao objeto da presente licitação no prazo máximo de 30 (trinta) dias, após a assinatura do contrato.

11.2.4. QUALIFICAÇÃO ECONÔMICO-FINANCEIRA

a) **CERTIDÃO NEGATIVA EXPEDIDA PELO CARTÓRIO DISTRIBUIDOR DE FALÊNCIA E RECUPERAÇÃO JUDICIAL** do local da sede da licitante, com data de expedição não superior a 60 (sessenta) dias, quando não houver prazo de validade expresso no documento.

b) **BALANÇO PATRIMONIAL E DEMONSTRAÇÕES CONTÁBEIS DO ÚLTIMO EXERCÍCIO SOCIAL**, já exigíveis e apresentados na forma da lei, que comprovem a boa situação financeira da empresa, vedada a sua substituição por balancetes ou balanços provisórios, podendo ser atualizados por índices oficiais quando encerrados há mais de 3 (três) meses da data de apresentação da proposta.

b.1) **PROVA DE VALOR DO PATRIMÔNIO LÍQUIDO NÃO INFERIOR A R\$1.500.000,00 (HUM MILHÃO E QUINHENTOS MIL DE REAIS)**, até a data de entrega das Propostas Técnicas, Comerciais e dos Documentos de Habilitação e cuja comprovação será feita através do Balanço Patrimonial e Demonstrações Contábeis dos dois últimos exercícios sociais, já apresentado e entregue na forma da lei.

c) A avaliação para todas as licitantes será apurada através da apresentação do Índice de



Liquidez Geral (LG), a seguir definido, calculado com 2 (duas) casas decimais, sem arredondamentos. A fonte de informação dos valores considerados deverá ser o Balanço Patrimonial, apresentado na forma da lei. Tratando-se de Sociedade Anônima, deverão ser apresentadas as Demonstrações Contábeis por meio de uma das seguintes formas: publicação em Diário Oficial, publicação em jornal de grande circulação, ou ainda, através de cópia autenticada das mesmas. Os demais tipos societários e o empresário individual deverão apresentar cópia autenticada do Balanço Patrimonial, registrado na Junta Comercial da sede da licitante ou em outro órgão equivalente.

$$LG = \frac{\text{Ativo Circulante Realizável a Longo Prazo} \geq 1,0}{\text{Passivo Circulante} + \text{Exigível a Longo Prazo}}$$

c.1) A licitante poderá apresentar o cálculo para obtenção do Índice de Liquidez Geral (LG) definido no subitem 11.2.4."c".

c.2) A agência que apresentar Índice de Liquidez Geral (LG) relativo à boa situação financeira, menor que 1,0 (um vírgula zero) será considerada "inabilitada".

c.3) O Balanço Patrimonial e Demonstrações Contábeis deverão ser apresentados conforme a seguir:

I – Sociedades Empresariais em geral: registrado ou autenticado na Junta Comercial da sede ou do domicílio da Licitante, acompanhado de cópia do termo de abertura e de encerramento do Livro Diário do qual foi extraído (Art. 5º, § 2º, do Decreto-Lei nº 486/69).

II – Sociedades Empresárias, especificamente no caso de Sociedades Anônimas regidas pela Lei nº 6.404/76: registrado ou autenticado na Junta Comercial da sede ou domicílio da Licitante e publicado em Diário Oficial e em jornal de grande circulação (Art. 289, caput e § 5º, da Lei nº 6.404/76).

III – Sociedades Simples: registrado no Registro Civil das Pessoas Jurídicas do local de sua sede; caso a sociedade simples adote um dos tipos de sociedade empresária, deverá sujeitar-se às normas fixadas para as sociedades empresárias, inclusive registro na Junta Comercial.

IV – Sociedades constituídas no exercício em curso ou com menos de 01 (um) ano: deverão apresentar balanços, conforme abaixo discriminado, contendo as assinaturas do contador ou técnico em contabilidade regularmente habilitado e do sócio-gerente, devidamente registrado ou autenticado na Junta Comercial da sede ou do domicílio da Licitante:

- Balanço de Abertura – sociedades sem movimentação;
- Balanço Intermediário – sociedades com movimentação.

11.3. Na falta de indicação expressa da validade do documento, somente serão considerados válidos quando expedidos nos 90 (noventa) dias, contados a partir da data da respectiva emissão, exceto se anexada legislação específica para o respectivo documento.

11.4. Se a Licitante tiver filial, todos os Documentos de Habilitação deverão estar ou em nome da matriz ou da filial, dependendo de quem for a Licitante, salvo aqueles documentos que, por sua natureza, comprovadamente, deverão ser emitidos em nome da matriz.

11.5. A Licitante deverá fornecer a título de informação, número de telefone, fax, e pessoa de contato, preferencialmente local. A ausência desses dados não a tornará inabilitada.

11.6. A licitante também deverá incluir no invólucro "05" declaração firmada conforme o modelo constante no ANEXO VI.



11.6.1. Deverá incluir, de igual maneira, no invólucro “05”, Declaração de Elaboração Independente de Proposta, de que trata a Instrução Normativa SLTI/MP nº. 2/2009, nos termos do modelo constante no Anexo VII.

11.6.2. Deverá incluir, ainda no invólucro “05”, Declaração De Conduta Ética E Anticorrupção, conforme modelo constante no Anexo VIII, inclusive na qualidade de eventualmente contratado, observará e fará observar por seus fornecedores e subcontratados, se admitida subcontratação, o mais alto padrão de ética durante todo o processo de licitação, de contratação e de execução do objeto contratual.

11.7. A CPC examinará os Documentos de Habilidação e julgará habilitadas todas as licitantes que atenderem integralmente aos requisitos de habilitação exigidos, neste edital.

11.8. Se nenhuma licitante restar habilitada será reaberta a fase de habilitação, com nova convocação de todas as licitantes classificadas no julgamento final das Propostas, para apresentar os respectivos Documentos, no prazo de 08 (oito) dias úteis.

12. PROCEDIMENTOS LICITATÓRIOS

12.1. Serão realizadas 04 (quatro) sessões públicas, 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 Permanente 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 no subitem 4.3 deste Edital. (Credenciamento)

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 Habilidação nas sessões públicas.

12.1.3. A CPC e a Subcomissão Técnica, conforme o caso, poderão, no interesse da Câmara Municipal de Fortaleza, relevar aspectos puramente formais nas Propostas e nos Documentos de Habilidação 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 das sessões de recebimento e abertura dos invólucros com as Propostas Técnica e de Preços.

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

12.1.6. 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.

12.1.7. Qualquer tentativa de licitante influenciar a CPC ou a Subcomissão Técnica no processo de julgamento das Propostas resultará na sua desclassificação.

12.1.8. A CPC poderá alterar as datas ou as pautas das sessões, ou mesmo suspendê-las, em função do desenvolvimento dos trabalhos, obedecidas as normas legais aplicáveis.

12.1.9. Se os invólucros das licitantes desclassificadas ou inabilitadas não puderem ser devolvidos nas sessões públicas, ficarão à disposição das interessadas por 30 (trinta) dias úteis, contados do encerramento desta concorrência – após transcorrer o prazo para interposição de recurso contra o resultado final da licitação ou ter havido a sua desistência ou, ainda, terem sido julgados os recursos interpostos. Decorrido esse prazo sem que sejam



retirados, a Câmara Municipal de Fortaleza providenciará sua destruição.

Primeira Sessão

12.2. A primeira sessão pública será realizada no dia, hora e local previstos no preâmbulo deste Edital e terá a seguinte pauta inicial:

- a) identificar os representantes das licitantes, por meio do documento exigido no **subitem 8.1** deste Edital; (credenciamento)
- b) receber os Invólucros “01”, “02”, “03” e “04”;
- c) conferir se esses invólucros estão em conformidade com as disposições deste Edital.

12.2.1. O Invólucro “01”, com a via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária, só será recebido pela Comissão Permanente de Contratação se não:

- a) estiver identificado;
- b) apresentar marca, sinal, etiqueta ou outro elemento que possibilite a identificação da licitante antes da abertura do Invólucro “02”;
- c) estiver danificado ou deformado pelas peças, material e ou demais documentos nele acondicionados de modo a possibilitar a identificação da licitante antes da abertura do Invólucro “02”.

12.2.1.1. Ante a ocorrência de quaisquer das hipóteses previstas nas alíneas ‘a’, ‘b’ e ‘c’ do subitem 12.2.1, a Comissão Permanente de Contratação não receberá o Invólucro “01”, o que também a impedirá de receber os demais invólucros da mesma licitante.

12.2.2. A primeira sessão prosseguirá com a seguinte pauta básica:

- a) rubricar, no fecho, sem abri-los, os Invólucros “02” e “04”, que permanecerão fechados sob a guarda e responsabilidade da Comissão Permanente de Contratação, e separá-los dos Invólucros “01” e “03”;
- b) retirar e rubricar o conteúdo dos Invólucros “01”;
- c) abrir os Invólucros “03” e rubricar seu conteúdo;
- d) colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame e rubrica, os documentos que constituem os Invólucros “01” e “03”;
- e) informar que as licitantes serão convocadas para a próxima sessão na forma do item 13 deste Edital.

12.2.2.1. A Comissão Permanente de Contratação, antes do procedimento previsto na alínea ‘b’ do subitem 12.2.2, 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.

12.2.2.2. Se, ao examinar e ou rubricar os conteúdos dos Invólucros “01” e “03”, a Comissão Permanente de Contratação e ou os representantes das licitantes constatarem ocorrência(s) que possibilite(m), inequivocamente, a identificação da autoria do Plano de Comunicação Publicitária, a Comissão Permanente 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.

12.2.3. A Comissão Permanente de Contratação não lançará nenhum código, sinal ou marca nos Invólucros nº 1 nem nos documentos que compõem a via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária.

12.2.4. Abertos os Invólucros “01” e “03”, as licitantes não poderão desistir de suas Propostas, a não ser por motivo justo, decorrente de fato superveniente, e aceito pela Comissão Permanente de Contratação.

12.2.5. Se as licitantes estiverem expressamente de acordo com as decisões tomadas pela Comissão Permanente de Contratação na primeira sessão, os procedimentos de licitação terão continuidade em conformidade com o previsto no subitem 12.2.6 e seguintes.

12.2.5.1. Se houver manifestação expressa de qualquer licitante de recorrer das decisões da Comissão Permanente de Contratação pertinentes à primeira sessão, esta divulgará o resultado na forma do item 13, abrindo-se o prazo para a interposição de recursos, conforme disposto no item 14.

12.2.6. Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, serão adotados os seguintes procedimentos:

a) encaminhamento, pela Comissão Permanente de Contratação à Subcomissão Técnica, dos Invólucros “01”, com as vias não identificadas do Plano de Comunicação Publicitária;

b) análise individualizada e julgamento, pela Subcomissão Técnica, das vias não identificadas do Plano de Comunicação Publicitária, de acordo com os critérios especificados neste Edital;

c) elaboração e encaminhamento, pela Subcomissão Técnica à Comissão Permanente de Contratação, da ata de julgamento dos Planos de Comunicação Publicitária, de planilha com as pontuações e de justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso;

d) encaminhamento, pela Comissão Permanente de Contratação à Subcomissão Técnica, dos Invólucros “03”, com a Capacidade de Atendimento, o Repertório e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação;

e) análise individualizada e julgamento, pela Subcomissão Técnica, da Capacidade de Atendimento, do Repertório e dos Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, de acordo com os critérios especificados neste Edital;

f) elaboração e encaminhamento, pela Subcomissão Técnica à Comissão Permanente de Contratação, da ata de julgamento das Propostas referentes à Capacidade de Atendimento, ao Repertório e aos Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, de planilha com as pontuações e de justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso.

12.2.6.1. Se alguma Proposta Técnica for desclassificada com base na alínea ‘a’ do subitem 6.4 deste Edital, a Subcomissão Técnica atribuirá pontuação a cada quesito ou subquesito da Proposta, conforme as regras previstas neste Edital, 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.

12.2.6.1.1. O disposto no subitem precedente não se aplica aos casos em que o descumprimento de regras previstas neste Edital resulte na identificação da licitante antes da abertura dos Invólucros “02”.

12.2.7. As planilhas previstas nas alíneas ‘c’ e ‘f’ do subitem 12.2.6 conterão, respectivamente, as pontuações de cada membro para cada subquesito do Plano de Comunicação Publicitária de cada licitante e as pontuações de cada membro para os quesitos Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação de cada licitante.

Segunda Sessão

12.3. Após receber as atas de julgamento das Propostas Técnicas (Invólucros “01” e “03”), respectivas planilhas de julgamento e demais documentos elaborados pela Subcomissão Técnica, a Comissão Permanente de Contratação convocará as licitantes, na forma do item 13 deste Edital, para participar da segunda sessão pública, com a seguinte pauta básica:

- a) identificar os representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;
- b) abrir os Invólucros “02”;
- c) cotejar as vias não identificadas (Invólucro “01”) com as vias identificadas (Invólucro “02”) do Plano de Comunicação Publicitária, para identificação de sua autoria;
- d) elaborar planilha geral com as pontuações atribuídas a cada quesito de cada Proposta Técnica;
- e) proclamar o resultado do julgamento geral da Proposta Técnica;
- f) executar o sorteio previsto no subitem 6.7, quando for o caso;
- g) informar que o resultado do julgamento geral das Propostas Técnicas será publicado na forma do item 13, com a indicação dos proponentes classificados e dos desclassificados, em ordem decrescente de pontuação, abrindo-se prazo para interposição de recurso, conforme disposto no item 14.

12.3.1. Além das demais atribuições previstas neste Edital, caberá à Subcomissão Técnica manifestar-se em caso de eventuais recursos de licitantes, relativos ao julgamento das Propostas Técnicas, se solicitado pela Comissão Permanente de Contratação.

Terceira Sessão

12.4. Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, a Comissão Permanente de Contratação convocará as licitantes, na forma do item 13 deste Edital, para participar da terceira sessão pública, com a seguinte pauta básica:

- a) identificar os representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;
- b) abrir os Invólucros “04”, com a Proposta de Preços, cujos documentos serão rubricados pelos membros da Comissão Permanente de Contratação e pelos representantes das licitantes presentes ou por comissão por eles indicada;
- c) colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame, os documentos integrantes dos Invólucros “04”;
- d) analisar o cumprimento, pelas licitantes, das exigências deste Edital para a elaboração das Propostas de Preços e julgá-las de acordo com os critérios nele especificados;
- e) identificar a Proposta de menor preço e dar conhecimento do resultado aos representantes das licitantes presentes;
- f) efetuar negociação com a licitante mais bem classificada na fase da Proposta Técnica – caso não tenha apresentado a Proposta de menor preço – a negociação prevista na Lei nº 14.133/21, art. 61, § 1º, tendo como referência a Proposta de menor preço entre as licitantes classificadas;
- g) adotar procedimento idêntico, na falta de êxito na negociação mencionada na alínea precedente, sucessivamente com as demais licitantes classificadas, até a consecução de acordo para a contratação;
- h) declarar vencedora do julgamento final das Propostas Técnica e de Preços a licitante

mais bem classificada na Proposta Técnica que tiver apresentado a Proposta de menor preço ou que concordar em praticar o menor preço entre as propostas apresentadas pelas licitantes classificadas;

i) informar que o resultado do julgamento da Proposta de Preço e do julgamento final das Propostas será publicado na forma do item 13 deste Edital, com a indicação da ordem de classificação, abrindo-se prazo para interposição de recurso, conforme disposto no item 14.

Quarta Sessão

12.5. Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, a Comissão Permanente de Contratação convocará as licitantes, na forma do item 13 deste Edital, para participar da quarta sessão pública, com a seguinte pauta básica:

- a) identificar os representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;
- b) receber e abrir os Invólucros “05”, cujos documentos serão rubricados pelos membros da Comissão Permanente de Contratação e pelos representantes das licitantes presentes ou por comissão por eles indicada;
- c) analisar a conformidade dos Documentos de Habilitação com as condições estabelecidas neste Edital e na legislação em vigor;
- d) colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame, os documentos integrantes dos Invólucros “05”;
- e) informar o seguinte:
 - e1) o resultado da habilitação;
 - e2) que na ausência de algum representante legal, o resultado da habilitação será publicado na forma do item 13 deste Edital, com a indicação dos proponentes habilitados e inabilitados;
 - e3) que será publicado na forma do item 13 deste Edital o nome da licitante vencedora desta concorrência, caso não tenha sido interposto recurso na fase de habilitação, ou tenha havido a sua desistência ou, ainda, tenham sido julgados os recursos interpostos.

13. DIVULGAÇÃO DOS ATOS LICITATÓRIOS

13.1. A critério da CPC, todas as decisões referentes a esta Concorrência poderão ser divulgadas conforme a seguir, ressalvadas aquelas cuja a publicação no Diário Oficial do Município é obrigatória:

- a) nas reuniões de abertura de invólucros;
- b) no Diário Oficial do Município;
- c) por qualquer outro meio que permita a comprovação inequívoca do recebimento da comunicação pelas licitantes.

14. IMPUGNAÇÕES E RECURSOS ADMINISTRATIVOS

14.1. Qualquer pessoa é parte legítima para impugnar o presente Edital por irregularidade. Qualquer pedido de impugnação deverá ser protocolizado até **(03) três** dias úteis antes da data marcada para início do presente certame, no endereço constante do preâmbulo deste Edital.



14.2. A resposta à impugnação ou ao pedido de esclarecimento será divulgada em sítio eletrônico oficial no prazo de até 03 (três) dias úteis, limitado ao último dia útil anterior à data da abertura do certame.

14.3. Eventuais recursos referentes à presente Concorrência deverão ser interpostos no prazo máximo de (03) três dias úteis a contar da intimação do ato ou da lavratura da ata, em petição escrita dirigida à Comissão Permanente de Contratação, no endereço mencionado no preâmbulo deste Edital.

14.4. A intenção de interpor recurso deverá ser manifestada imediatamente a cada resultado proferido, sob pena de preclusão, e o prazo para apresentação das razões recursais previsto no subitem 14.3 será iniciado na data de intimação ou de lavratura da ata de habilitação ou inabilitação.

14.4.1. A apreciação dar-se-á em fase única.

14.5. Interposto o recurso, o fato será comunicado às demais licitantes, que poderão apresentar contrarrazões no prazo máximo de (03) três dias úteis com início na data de intimação pessoal ou de divulgação da interposição de recurso

14.6. Recebido(s) o(s) recurso(s), ou esgotado o prazo para tanto, a Comissão Permanente de Contratação poderá reconsiderar a sua decisão, no prazo de (03) três dias úteis. Caso não reconsidere sua decisão, encaminhará o recurso devidamente instruído à autoridade superior da Câmara Municipal de Fortaleza, que deverá proferir sua decisão no prazo máximo de 10(dez) dias úteis, contados de seu recebimento.

14.6.1. O acolhimento do recurso implicará invalidação apenas de ato insuscetível de aproveitamento.

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

14.8. Será franqueada aos interessados, desde a data do início do prazo para interposição de recursos ou impugnações até o seu término, vista ao processo desta Concorrência, na sala da Comissão Permanente de Contratação, em horário a ser indicado por esta Comissão.

14.9. Os recursos das decisões referentes à habilitação ou inabilitação de licitante e julgamento de Propostas terão efeito suspensivo.

15. CONDIÇÕES CONTRATUAIS

15.1. As 02 (duas) licitantes vencedoras terão o prazo de cinco dias úteis, contados a partir da convocação, para apresentar a garantia prevista no item 16.1 deste Edital e assinarem o termo de contrato, nos moldes da minuta constante no Anexo X.

15.2. Caso as licitantes vencedoras se recusem a assinar o contrato no prazo acima estipulado, a Câmara Municipal de Fortaleza poderá, a seu critério, convocar as licitantes remanescentes, na ordem de classificação, para assinar o contrato em igual prazo e nas mesmas condições estabelecidas na proposta de menor preço, ou revogar esta Concorrência, independentemente da cominação prevista no Artigo 90 da Lei nº 14.133/2021.

15.3. Se as licitantes vencedoras se recusarem a constituir a garantia contratual ou a assinar o contrato, a Câmara Municipal de Fortaleza lhes aplicará multa compensatória de 10% (dez por cento), calculada sobre o valor total estimado da contratação, além de poder aplicar-lhe



outras sanções e penalidades previstas na Lei nº 14.133/2021.

15.3.1. O disposto no item anterior não se aplica às Licitantes convocadas na forma do item 15.2.

15.4. O contrato para a execução dos serviços objeto deste Edital terá duração de doze meses, contados a partir do dia da sua assinatura.

15.4.1. Esse prazo poderá ser prorrogado sucessivamente, respeitada a vigência máxima decenal, a juízo da Câmara Municipal de Fortaleza, mediante acordo entre as partes, nos termos do art. 108 da Lei nº 14.133/2021.

15.5. A Câmara Municipal de Fortaleza poderá rescindir, a qualquer tempo, o contrato que vier a ser assinado, observado o contido na Cláusula Décima Quarta da sua minuta, constante no Anexo X, deste Edital.

15.6. Às contratadas poderão ser aplicadas as sanções e penalidades previstas na legislação aplicável e no contrato a ser firmado entre as partes.

15.7. Será da responsabilidade das contratadas o ônus resultante de quaisquer ações, demandas, custos e despesas decorrentes de danos causados por culpa ou dolo de qualquer de seus empregados, prepostos ou contratados.

15.8. Obrigam-se também as contratadas por quaisquer responsabilidades decorrentes de ações judiciais, inclusive trabalhistas, que lhe venham a ser atribuídas por força de lei, relacionadas com o cumprimento deste Edital e do contrato que vier a ser assinado.

15.9. As contratadas deverão prestar esclarecimentos, a Câmara Municipal de Fortaleza, sobre eventuais atos ou fatos desabonadores noticiados que as envolvam, independentemente de solicitação.

15.10. As contratadas só poderão divulgar informações acerca da prestação dos serviços objeto desta Concorrência, que envolvam o nome da Câmara Municipal de Fortaleza, se houver expressa autorização desta.

15.11. É vedado às contratadas caucionarem ou utilizarem o contrato resultante da presente Concorrência para qualquer operação financeira sem prévia e expressa autorização da Câmara Municipal de Fortaleza.

15.12. A contratada se obriga a manter, durante toda a execução do contrato, as condições de habilitação e qualificação exigidas nesta Concorrência.

15.13. A Câmara Municipal de Fortaleza realizará, semestralmente, avaliação da qualidade do atendimento, do nível técnico dos trabalhos e dos resultados concretos dos esforços de comunicação sugeridos pelas contratadas, da diversificação dos serviços prestados e dos benefícios decorrentes da política de preços praticada.

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

15.14. As contratadas centralizarão o comando da publicidade da Câmara Municipal de Fortaleza em Fortaleza - CE onde, para esse fim, manterão escritório. A seu critério, as contratadas poderão utilizar- se de sua matriz ou de seus representantes em outros Estados para serviços de criação e de produção ou outros complementares ou acessórios que venham a ser necessários, desde que garantidas as condições previamente acordadas.



15.14.1. No prazo máximo de trinta dias corridos, a contar da data da assinatura do contrato, as contratadas deverão comprovar que possuem em Fortaleza - CE estrutura de atendimento compatível com o volume e a característica dos serviços a serem prestados à Câmara Municipal de Fortaleza.

15.15. Integrarão o contrato a ser firmado, independentemente de transcrição, as condições estabelecidas neste Edital e em seus anexos, os elementos apresentados pelas licitantes vencedoras que tenham servido de base para o julgamento desta Concorrência e, quando for o caso, as Propostas de Preços com elas negociadas.

16. DA GARANTIA CONTRATUAL

16.1. Após a adjudicação do objeto do certame e até a data da contratação, a licitante vencedora deverá prestar garantia contratual correspondente a 5% (cinco por cento) sobre o valor do contrato, em conformidade com o disposto no art. 96 da Lei Federal nº 14.133/2021, vedada à prestação de garantia através de Títulos da Dívida Agrária.

16.2. Na garantia deverá estar expresso prazo de validade superior a 90 (noventa) dias do prazo contratual.

16.3. A garantia prestada será liberada ou restituída após a fiel execução do contrato ou após a sua extinção por culpa exclusiva da Administração e, quando em dinheiro, atualizada monetariamente, conforme dispõe o art. 100 da Lei Federal nº 14.133/2021.

16.4. A não prestação de garantia equivale à recusa injustificada para a contratação, caracterizando descumprimento total da obrigação assumida, ficando a adjudicatária sujeita às penalidades legalmente estabelecidas, inclusive multa.

16.5. Na ocorrência de acréscimo contratual de valor, deverá ser prestada garantia proporcional ao valor acrescido, nas mesmas condições estabelecidas no subitem 16.1. deste edital.

17. REMUNERAÇÃO E PAGAMENTOS

17.1. A remuneração às contratadas, pelos serviços prestados, será feita nos termos das Cláusulas Oitava e Nona da minuta do contrato, consoante os preços estabelecidos em sua Proposta de Preços.

17.2. A forma e as condições de pagamento são as constantes da Cláusula Décima Primeira da minuta do contrato, constante no Anexo X, deste Edital.

18. DISPOSIÇÕES FINAIS

18.1. É facultada à Comissão Permanente de Contratação ou autoridade superior, 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 dos Documentos de Habilitação ou das Propostas Técnica e de Preços.

18.2. A Comissão Permanente de Contratação poderá, em qualquer fase do processo, se julgar necessário, proceder à vistoria das instalações e da aparelhagem disponível para a realização dos serviços objeto desta Concorrência.

18.3. Até a assinatura do contrato, a licitante vencedora poderá ser inabilitada ou desclassificada se a Câmara Municipal de Fortaleza tiver conhecimento de fato desabonador à sua habilitação ou classificação, conhecido após o julgamento.



18.4. Se ocorrer inabilitação ou desclassificação da licitante vencedora por fatos referidos no subitem anterior, a Câmara Municipal de Fortaleza poderá convocar as licitantes remanescentes por ordem de classificação ou revogar esta Concorrência.

18.5. Os profissionais indicados para fins de comprovação da capacidade de atendimento (Proposta Técnica) deverão participar da elaboração dos serviços objeto deste Edital, admitida sua substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior, desde que previamente aprovada pela Câmara Municipal de Fortaleza.

18.6. 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.

18.7. A Comissão Permanente de Contratação poderá, no interesse da Câmara Municipal de Fortaleza, relevar omissões puramente formais nos documentos e Propostas apresentados pelas licitantes, desde que não comprometam a lisura e o caráter competitivo desta Concorrência e possam ser sanadas no prazo a ser fixado pela Comissão Permanente de Contratação.

18.8. Para fins desta Concorrência, o Briefing (Apêndice do Anexo I) atende às exigências do projeto básico a que se referem o art. 6º e o art. 18, inciso II, da Lei nº 14.133/2021.

18.9. Se houver indícios de conluio entre as licitantes ou de qualquer outro ato de má-fé, a Câmara Municipal de Fortaleza comunicará os fatos verificados à Procuradoria Jurídica para as providências devidas.

18.10. 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 o autor às sanções legais e administrativas aplicáveis, conforme dispõe o art. 337-I, do Capítulo II-B da Lei nº 14.133/2021.

18.11. Antes do aviso oficial do resultado desta 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.

18.12. Qualquer tentativa de uma licitante influenciar a Comissão Permanente de Contratação no processo de julgamento das Propostas resultará na sua desclassificação.

18.13. 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.

18.14. Antes da data marcada para a abertura dos invólucros com as Propostas, a Comissão Permanente de Contratação poderá, por motivo de interesse público, por sua iniciativa ou em consequência de solicitações de esclarecimentos, alterar este Edital e seus anexos, ressalvado que será reaberto o prazo inicialmente estabelecido para apresentação dos Documentos e Propostas, exceto quando, inquestionavelmente, a alteração não afetar a formulação das Propostas.

18.15. Correrão por conta da Câmara Municipal de Fortaleza as despesas que incidirem sobre a formalização do contrato, aí incluídas as decorrentes de sua publicação, que deverá ser efetivada em extrato, no Diário Oficial do Município, na forma prevista no art. 91, da Lei Federal nº 14.133/2021.

18.16. As questões suscitadas por este Edital que não possam ser dirimidas



administrativamente serão processadas e julgadas no foro da cidade de Fortaleza-CE, com a exclusão de qualquer outro, por mais privilegiado que seja, salvo nos casos previstos no art. 102, inciso I, alínea "d", da Constituição Federal.

18.17. A entrega de qualquer documento relativo à presente licitação, à exceção dos citados no preâmbulo deste Edital, deverá ser feita na Comissão Permanente de Contratação, no horário das **9h às 16h**, da Câmara Municipal de Fortaleza, situada na **Av. Rogaciano Leite nº 1040, Bairro Guararapes, CEP — 60810-786, Fortaleza-Ceará**. Quaisquer esclarecimentos porventura necessários para o perfeito entendimento deste Edital deverão ser encaminhados à Comissão Permanente de Contratação por e-mail para o endereço: licitacao@cmfor.ce.gov.br até 03 (três) dias úteis antes da data prevista para abertura das propostas.

18.18. É de responsabilidade da Licitante o acompanhamento do processo na página da Câmara Municipal de Fortaleza – no endereço www.cmfor.ce.gov.br até a data da realização da sessão pública de recebimento dos envelopes de documentação e propostas, tendo em vista que quaisquer esclarecimentos, referentes a este Edital, serão disponibilizados no referido endereço sem a identificação das consulentes.

18.19. Integram este Edital os seguintes anexos:

- a) Anexo I: Projeto Básico - Apêndice do Anexo I - Briefing.
- b) Anexo II: Modelo de Procuração.
- c) Anexo III: Planilha de Preços Sujeitos a Valoração.
- d) Anexo IV: Modelo de Declaração de Inexistência de Fato Impeditivo.
- e) Anexo V: Modelo de Declaração de Conhecimento do Instrumento Convocatório.
- f) Anexo VI: Modelo De Declaração De Que Não Emprega Menor e que cumpre a reserva de cargos para pessoa com deficiência e para reabilitado da Previdência Social
- g) Anexo VII: Modelo De Declaração De Elaboração Independente De Proposta
- h) Anexo VIII: Modelo De Declaração De Conduta Ética E Anticorrupção
- i) Anexo IX: Justificativa Do Índice De Comprovação De Boa Situação Financeira Do Licitante
- j) Anexo X: Minuta do Termo de Contrato

Fortaleza 29 de setembro de 2025.


Emanuel Ângelo Pinheiro do Vale
Diretor Geral da Câmara Municipal de Fortaleza
(documento assinado digitalmente)



ANEXO I - PROJETO BÁSICO

1. OBJETO

1.1. A contratação de 02 (duas) Agências de Publicidade e 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 a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o intuito de atender ao direito à informação, de difundir ideias, princípios, iniciativas ou instituições ou de informar o público em geral para atender as necessidades da Câmara Municipal de Fortaleza - CMFOR, nas condições estabelecidas neste Projeto Básico.

1.1.1. Também integram o objeto do presente Projeto Básico, como atividades complementares, os serviços especializados pertinentes:

- a) 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;
- b) à produção e à execução técnica das peças e projetos publicitários criados.
- c) 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;

1.1.2. As pesquisas e outros instrumentos de avaliação previstos na alínea 'a' do subitem anterior terão a finalidade de:

- a) gerar conhecimento sobre o mercado ou o ambiente de atuação da **Câmara Municipal de Fortaleza**, o público-alvo e os veículos de divulgação nos quais serão difundidas as campanhas ou peças;
- b) aferir o desenvolvimento estratégico, a criação e a divulgação das mensagens;
- c) possibilitar a mensuração dos resultados das campanhas ou peças, vedada a inclusão de matéria estranha ou sem pertinência temática com a ação de publicidade.

1.1.3. Os serviços previstos nos subitens 1.1 não abrangem as atividades de promoção, de patrocínio, de relações públicas, de assessoria de comunicação e de imprensa e a realização de eventos festivos de qualquer natureza.

1.1.3.1. Não se incluem no conceito de patrocínio mencionado no subitem precedente o patrocínio de mídia, ou seja, de projetos de veiculação em mídia ou em instalações, dispositivos e engenhos que funcionem como veículo de comunicação e o patrocínio da transmissão de eventos esportivos, culturais ou de entretenimento comercializados por veículo de comunicação.

1.1.4. Para a prestação dos serviços serão contratadas 02 (duas) agências de publicidade e propaganda, doravante denominada agências, licitantes ou contratadas, conforme justificativa técnica, presente nos autos, e nos termos do §3º do artigo 2º da Lei nº 12.232/10.

1.1.5. As duas agências de propaganda contratadas atuarão consoante convocação da Câmara Municipal de Fortaleza, inexistindo exclusividade sobre qualquer das ações elencadas no subitem 1.1., devendo os serviços de publicidade serem executados indistintamente e independentemente da classificação no certame.

1.1.6. Fica resguardado à Câmara Municipal de Fortaleza o direito de, a seu critério, desenvolver metodologia interna de distribuição dos serviços de publicidade entre as agências contratadas.

1.1.7. Os serviços serão solicitados às agências de propaganda contratadas de modo a garantir que o valor efetivamente realizado por cada uma não seja inferior a 30%



(trinta por cento) do total global executado, a cada período de 12 (doze) meses de vigência do contrato e em suas eventuais prorrogações.

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

1.1.9. As Agências não poderão subcontratar outra Agência de Propaganda para a execução dos serviços previstos no Item 1 – DO OBJETO, deste Projeto Básico.

1.1.10. As agências contratadas atuarão por conta e ordem da Câmara Municipal de Fortaleza, nos termos do art. 3º da Lei nº 4.680/65 na contratação de fornecedores de serviços especializados e de veículos e demais meios de divulgação.

2. REGIME DE EXECUÇÃO, MODALIDADE E TIPO DE CONTRATAÇÃO

2.1. Os serviços serão realizados na forma de **EXECUÇÃO INDIRETA**, sob o regime de empreitada global, na égide da Lei nº 12.232, de 29 de abril de 2010.

2.2. A contratação será realizada através de licitação na modalidade CONCORRÊNCIA PÚBLICA, do tipo **MELHOR TÉCNICA**, sob a égide da Lei Federal nº 12.232, da Lei 14.133, de 1 de abril de 2021 e da Lei nº 4.680, de 18 de junho de 1965.

3. JUSTIFICATIVA

A comunicação é fundamental para o pleno cumprimento dos princípios democráticos e de publicidade e transparência nos órgãos públicos, vez que possibilita que a sociedade seja acessada, informada e, principalmente, incitada a participar dos processos decisórios no âmbito do Poder Legislativo, que impactam diretamente na vida de cada cidadão. Além disso, as transformações tecnológicas dos últimos anos têm provocado a comunicação para assumir novos papéis, cada vez mais protagonistas nos processos públicos – em especial no Poder Legislativo. Ou seja, ao invés de ser utilizada apenas para a divulgação de ações, na ponta final dos processos/projetos/debates, a comunicação tem se configurado como uma ferramenta meio: é utilizada para o desenvolvimento direto das ações, para o planejamento e para alavancar debates de interesse social e também para possibilitar maior participação popular no processo democrático.

A contratação de serviços de publicidade a serem prestados por intermédio de **02 (duas) agências de publicidade**, com vistas a melhor atender às necessidades de comunicação da Câmara Municipal de Fortaleza, cujo desenvolvimento e gestão é da responsabilidade da Coordenadoria de Comunicação Social – Cecom.

Uma agência de publicidade experiente pode construir uma identidade visual moderna e consistente para a CMFOR, utilizando elementos gráficos e mensagens que transmitam os valores da instituição e a conectem com seu público. Essa identidade visual será aplicada em todos os materiais de comunicação da CMFOR, desde peças publicitárias até o site institucional, reforçando o reconhecimento da marca e a percepção de profissionalismo da instituição.

A comunicação estratégica e transparente da CMFOR, por meio de campanhas publicitárias bem elaboradas e direcionadas, pode gerar maior confiança da sociedade na atuação do Poder Legislativo. A agência de publicidade pode auxiliar na criação de campanhas que expliquem de forma clara e acessível os projetos de lei em andamento, as decisões tomadas pelos vereadores e os resultados das ações da CMFOR, promovendo um diálogo aberto e construtivo com a população.



A expertise de uma agência de publicidade permite a utilização de diferentes plataformas de comunicação, como mídias tradicionais (TV, rádio, jornal impresso), mídias digitais (redes sociais, site institucional, vídeos online) e mídias alternativas (outdoors, mobiliário urbano), para alcançar um público mais amplo e diversificado. A agência também pode segmentar as campanhas para públicos específicos, garantindo que as informações relevantes cheguem às pessoas que mais precisam delas.

Trata-se da contratação de serviços de publicidade a serem prestados por intermédio de agências de publicidade, conceituados conforme o art. 2º da Lei nº 12.232/2010 como:

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 o objetivo de promover a venda de bens ou serviços de qualquer natureza, difundir ideias ou informar o público em geral.

A divulgação de atos, programas, obras e serviços públicos deve ser educativa, informativa ou direcionada para a orientação social, alinhando-se aos objetivos sociais e de interesse público.

É importante ressaltar que, entre as ferramentas de comunicação social, a publicidade absorve a maior parte dos recursos públicos. Isso se deve à aquisição de espaços em diversos meios de comunicação, possibilitando a disseminação de mensagens governamentais a todos os cidadãos, em diferentes setores sociais, e do Município de Fortaleza.

Para desempenhar eficientemente esse papel, em conformidade com a legislação vigente, especialmente a Lei nº 12.232/2010, a Cecom/CMFOR precisa integrar as competências de suas equipes internas à experiência de agências de publicidade contratadas por meio de licitação. Essas agências possuem conhecimentos técnicos, profissionais qualificados e instrumentos necessários para fornecer as melhores soluções publicitárias às demandas de comunicação, contribuindo para alcançar os objetivos governamentais e otimizar os investimentos públicos em iniciativas de comunicação.

Ademais, a contratação de serviços de publicidade decorrerá da impossibilidade de prorrogação do contrato nº 06/2021, que tem como objeto serviços de publicidade – Concorrência Pública N° 02/2020 (Processo nº 13/2020), bem como readequar as condições contratuais a serem estabelecidas com a nova realidade e necessidades desta Casa, para que seja viabilizada uma comunicação eficiente e complementar aos esforços empreendidos pela CMFOR.

Diante disso, a contratação é **essencial** para que a CMFOR possa desempenhar suas competências institucionais, nos termos do Estudo Técnico Preliminar acostado aos autos.

4. VALOR CONTRATUAL

4.1. O valor da contratação decorrente do presente certame está estimado em **R\$ 15.000.000,00 (quinze milhões de reais)**, e correrá à conta da seguinte dotação orçamentária:

- **Projeto/Atividade 01.031.0002.2783.0002 - MANUTENCAO DOS SERVICOS ADMINISTRATIVOS Elemento de Despesa 33.90.39 - OUTROS SERVICOS DE TERCEIROS - PESSOA JURÍDICA**

4.2. O CONTRATANTE se reserva o direito de, a seu juízo, executar ou não a totalidade



do valor contratual, não cabendo nenhum tipo de indenização a CONTRATADA.

4.3. No interesse do CONTRATANTE, a contratada fica obrigada a aceitar os acréscimos ou supressões que se fizerem necessários nos serviços, nas mesmas condições contratuais, até o limite disposto no art. 65 da Lei nº 8.666/1993.

5. VIGÊNCIA

5.1. O Contrato terá vigência de 12 (doze) meses, de 12 (doze) meses, contado da sua assinatura, prorrogável por até 10 (dez) anos, na forma do art. 106 e 107 c/c o art. 94 tudo da Lei nº 14.133/2021.

5.2. A prorrogação de que trata este subitem é condicionada ao atesto, pela autoridade competente, de que as condições e os preços permanecem vantajosos para a Administração, permitida a negociação com o CONTRATADO.

6. QUALIFICAÇÃO TÉCNICA

6.1. **REGISTRO OU INSCRIÇÃO NO SINDICATO DAS AGÊNCIAS DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA** de sua base territorial ou na Associação Brasileira de Agências de Publicidade – ABAP;

6.2. **CERTIFICADO DE QUALIFICAÇÃO TÉCNICA CONCEDIDO PELO CENP – CONSE- LHO EXECUTIVO DAS NORMAS PADRÃO;**

6.3. **ATESTADOS DE CAPACIDADE TÉCNICA**, expedidos por 3 (três) pessoas jurídicas de direito público ou privado, que comprovem a aptidão da licitante para o desempenho de atividade pertinente e compatível com o objeto da licitação;

6.4. **INDICAÇÃO DAS INSTALAÇÕES, DO APARELHAMENTO E DO PESSOAL TÉCNICO** adequado e disponível para a realização do objeto da licitação, bem como da qualificação de cada um dos membros da equipe técnica que se responsabilizará pelos trabalhos:

6.4.1. Os profissionais indicados pela licitante para fins de comprovação da capacidade técnico-profissional deverão participar do serviço objeto da licitação, admitindo-se a substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior, desde que aprovada pela administração.

6.5. Caso a licitante não atenda a exigência o subitem 6.4. , deverá apresentar declaração comprometendo-se a instalar filial ou sucursal em Fortaleza com estrutura compatível ao objeto da presente licitação no prazo máximo de 30 (trinta) dias, após a assinatura do contrato

7. DA PROPOSTA TÉCNICA

7.1. A licitante deverá apresentar proposta técnica estruturada de acordo com os seguintes quesitos:

a) Plano de Comunicação Publicitária (Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não-Mídia);

b) Capacidade de Atendimento;

c) Repertório;

d) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação.

7.2. O Plano de Comunicação Publicitária deverá ser entregue completo e sem identificação da licitante no invólucro “01”. O invólucro “02” deverá conter cópia identificada do Plano de Comunicação Publicitária encadernada, sem as peças. Os demais componentes da proposta técnica (Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação) deverão ser entregues no invólucro “03”.

7.3. A licitante deverá apresentar Plano de Comunicação Publicitária elaborado com base no



Briefing, constante no Anexo, do Projeto Básico, devendo o mesmo compreender os seguintes subquesitos:

- 7.3.1. Raciocínio Básico, que será consubstanciado em texto no qual a licitante apresentará:
a) diagnóstico das necessidades de comunicação publicitária da Câmara Municipal de Fortaleza para enfrentar o desafio de comunicação;
b) sua compreensão sobre o objeto da licitação e, principalmente, sobre o desafio de comunicação a ser enfrentado e sobre os objetivos, geral e específicos, de comunicação expressos no Briefing (Anexo I).

7.3.2. Estratégia de Comunicação Publicitária, texto em que a licitante:

- a) apresentará e defenderá o partido temático e o conceito que, de acordo com o seu raciocínio básico, devem fundamentar a proposta de solução do problema específico de comunicação da Câmara Municipal de Fortaleza;
b) explicitará e defenderá os principais pontos da estratégia de comunicação publicitária sugerida para a solução do problema específico de comunicação, especialmente o que dizer, a quem dizer, como dizer e que instrumentos, ferramentas e meios de divulgação utilizar.

7.3.3. Ideia Criativa: a licitante apresentará campanha publicitária com exemplos de peças que corporifiquem objetivamente a proposta de solução do problema específico de comunicação, observadas as seguintes disposições:

- a) apresentar relação de peças e/ou material que julgar necessários para a execução da sua proposta de estratégia de comunicação publicitária, como previsto no subitem 7.3.2, deste Projeto Básico, com comentários sobre cada peça e/ou material.

da relação prevista na alínea anterior, escolher e apresentar como exemplos as peças e ou material que julgar mais indicados para corporificar objetivamente sua proposta de solução do desafio de comunicação, conforme explicitado na estratégia de comunicação publicitária.

7.3.3.1. Os comentários mencionados na alínea 'a' do subitem 7.3.3, deste Projeto Básico, estão circunscritos à especificação de cada peça e ou material e à explicitação das funções táticas que se pode esperar de cada peça e ou material.

7.3.3.2. Os exemplos de peças:

- a) estão limitados a 7 (sete), independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça;
b) podem ser apresentados sob a forma de roteiro, layout e story-board impressos, para qualquer peça, e de "monstro" ou story-board animado para tv, cinema, internet e rádio.
c) 'boneco' ou layout montado dos materiais de não mídia.

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

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

7.3.3.5. Na elaboração do storyboard animado ou animatic poderão ser inseridas fotos e imagens estáticas, além de trilha sonora, voz de personagens e locução.

7.3.3.6. O 'monstro' ou layout eletrônico e o storyboard animado ou animatic deverão ser apresentados em PENDRIVE ou HD EXTERNO, executáveis em sistema operacional Windows.

7.3.3.7. Nessas mídias de apresentação (PENDRIVE ou HD EXTERNO) não poderão constar informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação da licitante, ou de qualquer anunciante, somente a marca do seu fabricante.

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

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

- a) texto em fonte Arial, tamanho de 12 pontos;
- b) nos casos de “monstro” ou layout eletrônico e de storyboard animado ou animatic, que deverão ser apresentados em PENDRIVE ou HD EXTERNO, a indicação do tipo de peça deve ocorrer nos nomes dos arquivos salvos, uma vez que essas mídias devem ser apresentadas na condição original, somente com a marca do fabricante, conforme descrito anteriormente.

7.3.3.10. Para fins de cômputo das peças que poderão ser apresentadas fisicamente como exemplos, até o limite de 7 (sete), devem ser observadas as seguintes regras:

- a) as reduções e variações de formato serão consideradas como novas peças;
- b) cada peça apresentada como parte de um kit será computada no referido limite;
- c) uma peça sequencial, para qualquer meio (a exemplo de anúncio para revista e jornal, banner de internet e painéis sequenciais de mídia exterior, tais como outdoor, envelopamento de veículo, adesivagem de finger, entre outros), será considerada 01 (uma) peça, se o conjunto transmitir mensagem única;
- d) um hotsite e todas as suas páginas serão considerados 01 (uma) peça;
- e) um filme e o hotsite que o hospeda serão considerados 02 (duas) peças;
- f) um banner e o hotsite por ele direcionado serão considerados 02 (duas) peças.
- g) Descrição de Áudio junto à apresentação de peça produzida, será considerado 01 (uma) peça.

7.3.4. Estratégia de Mídia e Não Mídia constituída de:

- a) texto em que, de acordo com as informações do Briefing, demonstrará capacidade para atingir os públicos prioritários da campanha (permitida a inclusão de tabelas e gráficos) e indicará o uso dos recursos de comunicação próprios da Câmara Municipal de Fortaleza;
- b) simulação de plano de distribuição das peças de que trata o item 7.3.3, deste Projeto Básico, acompanhada de tabelas, planilhas e texto com a explicitação das premissas adotadas e suas justificativas.

b.1) As páginas em que estiverem inseridos os gráficos, tabelas e planilhas da simulação do plano de distribuição das peças poderão ser apresentadas em papel A3 branco dobrado.

7.3.4.1. Da simulação deverá constar um resumo geral com informações sobre, pelo menos, o período de veiculação; os valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em mídia, separadamente por meios e os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção de cada peça, separadamente de mídia e não mídia.

7.3.4.1.1. Os valores ou custos indicados pelas licitantes que não correspondam aos efetivamente cobrados pelos veículos de comunicação, serão contabilizados como falha na elaboração da Estratégia de Mídia e Não Mídia, cabendo à Subcomissão Técnica diminuir a respectiva nota, nos termos do item a.4, “a”, 8.3.1., deste Projeto Básico.

7.3.4.2. Em se tratando de não mídia, no resumo geral também deverão ser explicitadas as quantidades a serem produzidas de cada peça.

7.3.4.3. Na simulação de que trata a alínea “b” do subitem 7.3.4:

- a) os preços das inserções em veículos de divulgação deverão ser os de tabela cheia, vigentes na data de publicação do último Aviso de Licitação;
- b) não devem ser incluídos na estratégia de mídia dessa simulação veículos de divulgação que não atuem com tabela de preços;
- c) deverá ser desconsiderado o repasse de parte do desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do Artigo 11, da Lei n 4.680/1965;
- d) deverão ser desconsiderados os honorários sobre os bens e serviços especializados prestados por fornecedores.

7.3.4.4. Para fins desta concorrência, consideram-se como Não Mídia os meios que não

implicam a compra de espaço e ou tempo em veículos de divulgação para a transmissão de mensagem publicitária.

7.4. Capacidade de atendimento, textos nos quais a licitante apresentará:

- a) relação nominal dos principais clientes atendidos pela licitante à época da licitação, com a especificação do período de atendimento de cada um deles;
- b) a quantificação e a qualificação, sob a forma de currículo resumido (no mínimo, nome, formação e experiência), dos profissionais que serão colocados à disposição da execução do contrato, discriminando-se as áreas de atuação; estudo e planejamento, criação, produção de rádio e TV, produção gráfica, mídia e atendimento;
- c) as instalações, a infraestrutura e os recursos materiais disponíveis para a execução do contrato;
- d) a sistemática de atendimento, discriminando-se as obrigações a serem cumpridas pela licitante, na execução do contrato, incluídos os prazos a serem praticados, em condições normais de trabalho, na criação de peça avulsa ou de campanha e na elaboração de plano de mídia;
- e) 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 Fortaleza, sem ônus adicional, durante a execução do contrato.

7.5. Repertório, consubstanciado em apresentação, sob forma de peças e respectivas fichas técnicas, de um conjunto de trabalhos, concebidos e veiculados/expostos pela licitante.

7.5.1. Poderão ser apresentadas até 7 (sete) peças, independente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça, todas veiculadas ou expostas a partir do ano de 2020.

7.5.2. Para cada peça, deve ser apresentada uma ficha técnica com a indicação sucinta do problema que cada peça se propõe a resolver e a identificação da licitante, título, data de produção, período de veiculação/exposição e menção de pelo menos 01 (um) veículo/espaco que a divulgou/expôs.

7.5.3. O material em vídeo, os spots e/ou jingle, as peças de internet deverão ser fornecidos em PENDRIVE ou HD EXTERNO; as peças gráficas impressas em proporções que preservem suas dimensões originais e sua leitura.

7.5.4. As peças não podem se referir a trabalhos solicitados e/ou aprovados pela Câmara Municipal de Fortaleza.

7.6. Os Relatos de Solução de Problemas de Comunicação deverão ser apresentados, em caderno específico, até 02 (dois) cases, relatando, em no máximo, 02 (duas) páginas cada, soluções de problemas de comunicação.

7.6.1. Os relatos terão de ser formalmente referendados pelos respectivos anunciantes e não podem se referir a ações de comunicação solicitadas e/ou aprovadas pela Câmara Municipal de Fortaleza.

7.6.2. Para cada Relato, é permitida a inclusão de até 05 (cinco) peças e/ou material, independente do meio de divulgação, tipo ou característica da peça, caso em que, se incluídos:

- a) As peças eletrônicas deverão ser fornecidas em PENDRIVE ou HD EXTERNO, executáveis no sistema operacional Windows, podendo integrar o caderno específico ou serem apresentados separadamente (soltos);
- b) As peças gráficas poderão integrar o caderno específico mencionado no subitem 7.6, ou serem apresentadas separadamente (soltas), preservadas, em qualquer hipótese, a compreensão de seu conteúdo e a indicação de suas dimensões originais;
- b.1) Se apresentadas separadamente (soltas), as peças poderão ter qualquer formato, podendo inclusive serem apresentadas dobradas ou não;
- c) Para cada peça ou material, deverá ser apresentada ficha técnica com dados técnicos de produção e/ou veiculação.

7.7. Os textos pertinentes ao Plano de Comunicação Publicitária estão limitados a 10 (dez) páginas, ressalvada a relação das peças de que trata o subitem 7.3.3 “a” e os textos, tabelas, gráficos e planilhas referentes às alíneas “a” e “b” do subitem 7.3.4 não serão computados nesse limite de páginas.

7.8. A critério da Câmara Municipal de Fortaleza, as campanhas publicitárias das Propostas vencedoras poderão ou não vir a serem produzidas e veiculadas, com ou sem modificações, quando da vigência do contrato.

8. DO JULGAMENTO DA PROPOSTA TÉCNICA

8.1. As propostas técnicas serão analisadas por subcomissão técnica quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste instrumento convocatório e em seus anexos.

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

8.2.1. Plano de Comunicação Publicitária

8.2.1.1. Raciocínio Básico

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

8.2.1.2. Estratégia de Comunicação Publicitária

- a) a adequação do partido temático e do conceito à natureza e às atividades da contratante, bem como ao desafio e aos objetivos de comunicação;
- b) a consistência da argumentação em defesa do partido temático e do conceito;
- c) a consistência técnica dos pontos centrais da Estratégia de Comunicação Publicitária proposta;
- d) a capacidade da licitante de articular os conhecimentos sobre a contratante, o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing;
- e) o alinhamento da campanha com a diversidade de mídias disponíveis no mercado.

8.2.1.3. Ideia Criativa

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

8.2.1.4. Estratégia de Mídia e Não Mídia

- a) a adequação da Estratégia de Mídia e Não Mídia com as características da ação publicitária, com a verba referencial para investimento e com o desafio e

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

8.2.2. Capacidade de Atendimento

- a) o porte e a tradição dos clientes, como anunciantes publicitários, e o período de atendimento a cada um;
- b) a experiência dos profissionais da licitante e a adequação das qualificações e das quantificações desses profissionais às necessidades de comunicação publicitária da contratante;
- c) a adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que estarão à disposição da execução do contrato;
- d) a operacionalidade do relacionamento entre a Câmara municipal de Fortaleza e a licitante, esquematizado na proposta;
- e) a relevância e a utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que a licitante colocará regularmente à disposição da Câmara municipal de Fortaleza, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato.

8.2.3. Repertório:

- a) a ideia criativa, sua pertinência ao problema que a licitante se propôs a resolver e sua adequação à natureza do cliente, ao público-alvo e ao desafio de comunicação;
- b) a qualidade da produção, da execução e do acabamento da peça e/ou material;
- c) a clareza e precisão das mensagens e a adequação da linguagem às características dos meios e públicos-alvo.

8.2.4. Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

- a) a evidência de planejamento estratégico por parte da licitante na proposição da solução publicitária;
- b) a demonstração de que a solução publicitária contribuiu para o alcance dos objetivos de comunicação do cliente;
- c) a relevância dos resultados apresentados;
- d) a concatenação lógica da exposição.

8.3. A nota da Proposta Técnica está limitada ao máximo de 100 (cem) pontos e será apurada segundo a metodologia a seguir.

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

a) Plano de Comunicação Publicitária – (sessenta e cinco pontos)

- a1) Raciocínio Básico – dez pontos
- a2) Estratégia de Comunicação Publicitária – vinte pontos
- a3) Ideia Criativa – vinte e cinco pontos
- a4) Estratégia de Mídia e Não Mídia – dez pontos

b) Capacidade de Atendimento – (quinze pontos)

c) Repertório – (dez pontos)

d) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação – (dez pontos)

| Quesitos/Subquesitos | Pontos |
|---|------------|
| Plano de Comunicação Publicitária | 65 |
| Raciocínio Básico | 10 |
| Estratégia de Comunicação Publicitária | 20 |
| Ideia Criativa | 25 |
| Estratégia de Mídia e Não Mídia | 10 |
| Capacidade de Atendimento | 15 |
| Repertório | 10 |
| Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação | 10 |
| Pontuação máxima total | 100 |

8.3.2. A nota do quesito corresponderá à média aritmética das notas dos membros da Subcomissão Técnica.

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

8.4. Será desclassificada a Proposta que:

- a) não atender às exigências do Edital e de seus anexos;
- b) 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;
- c) não alcançar, no total, a nota mínima de 80 (oitenta) pontos;
- d) obtiver nota zero em quaisquer dos quesitos ou subquesitos a que se referem os itens 8.2.1.1 a 8.2.1.4 e 8.2.2 a 8.2.4, deste Projeto Básico.

8.5. Serão consideradas melhor classificadas na fase do julgamento técnico as licitantes que obtiverem as quatro maiores pontuações na soma das notas dos quesitos.

8.6. Se houver empate que impossibilite a identificação automática das duas melhores classificadas nesta fase, serão assim consideradas as licitantes que obtiverem as maiores pontuações, sucessivamente, nos quesitos correspondentes aos itens 8.2.1 a 8.2.4, deste Projeto básico.

8.7. Persistindo o empate, a decisão será feita por sorteio em ato público marcado pela CPC, cuja data será divulgada na forma do Edital, e para o qual serão convidadas todas as licitantes.

9. DA VALORAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇOS

9.1. As Propostas de Preços das licitantes classificadas serão examinadas, preliminarmente, quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Projeto Básico.

9.2. Será desclassificada a Proposta de Preços que:

9.2.1. Não atender às exigências do Edital e de seus anexos, que apresentar preços baseados em outra Proposta ou que contiver qualquer item condicionante para a entrega dos serviços.

9.2.2. Apresentar desconto inferior a 35% (Trinta e cinco por cento) em relação aos preços previstos na tabela do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Ceará, a título de resarcimento dos custos internos dos trabalhos realizados pela própria licitante.

9.2.3. Apresentar percentual de honorários superior a 15% (quinze por cento) referente à produção de peças e materiais cuja distribuição não proporcione à licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, incidente sobre os custos de serviços realizados por terceiros.

9.2.4. Apresentar percentual de honorários superior a 10% (Dez por cento) incidente sobre os custos de outros serviços realizados por terceiros, referentes a pesquisas de pré-teste e pós-teste – vinculadas à concepção e criação de campanhas e peças publicitárias – e à elaboração de marcas, de expressões de propaganda, de logotipos e de outros elementos de comunicação visual.

9.3. Os quesitos a serem valorados são os integrantes da Planilha que constitui o Anexo III.

9.4. A Comissão Permanente de Contratação atribuirá notas para cada um dos quesitos a serem valorados, conforme a seguinte tabela:

| Desconto/Honorários - Notas (N) | | |
|--|--|--|
| Percentual de desconto sobre os custos internos, baseado na tabela de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Ceará. | Percentual de honorários referentes à produção de peças e materiais cuja distribuição não proporcione à licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, incidente sobre os custos de serviços realizados por terceiros | Percentual de honorários incidente sobre os custos de outros serviços realizados por terceiros |
| $N = 0,125 \times (\text{Desconto} - 35)$ | $N = 7,0 \times (15,0 - \text{Honorários})$ | $N = 7,0 \times (10,0 - \text{Honorários})$ |

Observação: para efeito de cálculo das notas de cada licitante, os termos desconto e honorários serão substituídos nas fórmulas da coluna Notas pelas respectivas porcentagens que constarem de sua Planilha de Preços Sujeitos a Valoração, sem o símbolo “%”.

9.4.1. A nota de cada Proposta de Preços será obtida mediante a soma das notas dos quesitos constantes da tabela referida no item 9.4.

9.4.2. A Proposta de Preços que obtiver o maior somatório das notas será considerada como a de menor preço, e servirá como referencial na negociação com as licitantes melhores classificadas na fase de proposta técnica.

9.5. Se houver empate, será considerada como de menor preço a Proposta que apresentar, sucessivamente: o menor percentual de honorários referentes à produção de peças e materiais cuja distribuição não proporcione à licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, incidente sobre os custos de serviços realizados por terceiros; o menor percentual de honorários incidente sobre os custos de outros serviços realizados por terceiros ou o maior percentual de desconto sobre os custos internos.

10. DO JULGAMENTO FINAL DAS PROPOSTAS

10.1. O julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços desta concorrência será realizado nos termos do Artigo 5º, da Lei Federal nº 12.232/2010 e dos Artigos 35 e 37 da Lei Federal nº 14.133/2021.

10.2. Será considerada vencedora a licitante mais bem classificada no julgamento da Proposta Técnica, observado o disposto nos subitens 8.6 e 8.7, deste Projeto Básico, e que:

- apresentar o menor preço; ou
- não tenha apresentado o menor preço mas concordar em reduzir o valor constante

na sua proposta, tendo como referência, o limite apresentado pela proposta de menor preço, devendo serem observados os percentuais de desconto e de honorários da proposta de menor preço.

10.3. No caso de impasse na negociação prevista na alínea “b” do subitem 10.2, procedimento idêntico será adotado, sucessivamente, com os demais proponentes, pela ordem de classificação das propostas técnicas, até a consecução de acordo para a contratação

11. REMUNERAÇÃO

11.1. Pelos serviços prestados, a CONTRATADA será remunerada da seguinte forma, consoante os preços estabelecidos em sua proposta de preço:

11.1.1 (Percentual de desconto) sobre os custos internos, baseados na tabela de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Ceará.

11.1.2. (Percentual de honorários) referentes à produção de peças e de materiais decorrentes do estudo ou de criação intelectual da agência contratada e sob sua supervisão cuja distribuição não proporcione à Licitante o desconto padrão de agência concedido pelos veículos de divulgação, incidente sobre os custos de serviços realizados por terceiros.

11.1.3. (Percentual de honorários) incidentes sobre os custos de outros serviços realizados por terceiros, referentes a pesquisas de pré-teste e pós-teste – vinculadas à concepção e criação de campanhas e peças publicitárias – e à elaboração de marcas, de expressões de propaganda, de logotipos e de outros elementos de comunicação visual.

11.2. Em relação aos direitos autorais:

11.2.1. À atores e modelos, em relação ao cachê original, pelos direitos de uso de imagem e de som de voz, na reutilização de peças por período igual ao inicialmente pactuado, a CONTRATANTE pagará no **máximo 50% do valor contratado**.

11.2.2 Aos detentores dos direitos patrimoniais de uso de obras consagradas, incorporadas a peças, em relação ao valor original da cessão desses direitos, na reutilização das peças por período igual ao inicialmente pactuado, a CONTRATANTE **pagará no máximo 50% do valor** contratado.

11.2.3. Em relação aos subitens 11.2.1. e 11.2.2.:

11.2.3.1. O valor inicialmente contratado poderá ser reajustado, mediante aplicação do Índice de Preços ao Consumidor Ampliado – IPCA (IBGE), desde que decorrido pelo menos um ano da assinatura do instrumento contratual, mediante solicitação da CONTRATADA.

11.2.3.2. Quando da reutilização de peças por período inferior ao inicialmente contratado, o limite máximo que a CONTRATANTE se propõe a pagar será obtido dividindo-se o valor total originalmente pago pelo número de meses contratados, para em seguida, multiplicar-se o valor correspondente a um mês pelo número de meses que será renovado.

11.2.3.3. A CONTRATADA se compromete a sempre negociar as melhores condições de preço.

11.3. A CONTRATADA não fará jus:

11.3.1. Às despesas com deslocamento (passagens aéreas e terrestres, hospedagens, alimentação) de seus profissionais ou de seus representantes.

12. DESCONTO DE AGÊNCIA



12.1. Além da remuneração prevista na Cláusula Oitava, a CONTRATADA fará jus ao desconto de agência – à base de um percentual bruto de 20% (vinte por cento) dos preços de tabela ou dos preços acertados para veiculação, prevalecendo sempre o menor dos dois – concedido pelos veículos de comunicação, em conformidade com o art. 11, da Lei nº. 4.680/65, e com o art. 11, do Decreto nº. 57.690/66.

13. DIREITOS AUTORAIS

13.1. A CONTRATADA cede à CONTRATANTE, de forma total e definitiva, os direitos patrimoniais de uso das ideias (incluídos estudos, análises e planos), peças, campanhas e demais materiais de publicidade, de sua propriedade, concebidos, criados ou produzidos em decorrência deste Contrato, não cabendo remuneração adicional ou especial, mesmo depois de encerrada a vigência deste Contrato.

13.1.1. O valor dessa cessão é considerado incluso nas modalidades de remuneração definidas neste contrato.

13.1.2. A CONTRATANTE poderá, a seu juízo, utilizar referidos direitos diretamente ou por intermédio de terceiros, com ou sem modificações, durante a vigência deste Contrato e mesmo após seu término ou eventual rescisão, sem que lhe caiba qualquer ônus perante a CONTRATADA.

13.1.3. A critério da CONTRATANTE, as peças criadas pela CONTRATADA poderão ser reutilizadas por outros órgãos, entidades ou sociedades integrantes da estrutura do Poder Legislativo Municipal, sem que caiba à CONTRATANTE qualquer ônus perante a CONTRATADA.

13.2. Em todas as contratações que envolvam direitos de terceiros, a CONTRATADA solicitará de cada terceiro 02 (dois) orçamentos para execução do serviço, 01 (um) de cessão de direitos por tempo limitado e outro de cessão total e definitiva de tais direitos, para que a CONTRATANTE escolha uma das opções.

13.2.1. Nos casos de cessão por tempo limitado, a CONTRATADA condicionará a contratação do serviço por período indicado pela CONTRATANTE e utilizará os trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos autorais e conexos dentro dos limites estipulados no respectivo ato de cessão.

13.2.2. Quando a CONTRATANTE optar pela execução dos serviços com a cessão total e definitiva, a CONTRATADA se compromete a fazer constar dos ajustes que vier a celebrar com terceiros - para a produção de peças e de campanhas e a prestação de outros serviços- cláusulas escritas que:

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

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

13.3. Qualquer remuneração devida em decorrência da cessão - definitiva ou por tempo limitado - será sempre considerada como já incluída no custo de produção.

13.4. A CONTRATADA se compromete a fazer constar, em destaque, em todos os orçamentos de produção, os custos dos cachês, os de cessão de direito de uso de obra(s) consagrada (s), incorporada(s) à peça e os de cessão dos demais direitos.

13.5. A CONTRATADA se compromete a fazer constar dos respectivos ajustes que vier a celebrar com terceiros, nos casos de tomadas de imagens sob a forma de reportagens, documentários e outras, que não impliquem direitos de uso de imagem e de som de voz,

cláusulas escritas estabelecendo:

- a) Que à CONTRATANTE serão entregues duas cópias, uma em BETACAM ou similar editável e a outra digitalizada, de todo material bruto produzido.
- b) Que a CONTRATANTE poderá, a seu juízo, utilizar a cessão dos direitos patrimoniais de uso desse material diretamente ou por intermédio de terceiros, com ou sem modificações, durante a vigência deste Contrato e mesmo após seu término ou eventual rescisão, sem que lhe caiba qualquer ônus perante os cedentes desses direitos.
- c) Que qualquer remuneração devida em decorrência dessa cessão será sempre considerada como já incluída no custo de produção.

13.6. A CONTRATANTE será a única e exclusiva proprietária dos resultados oriundos do cumprimento do presente contrato, sejam tais resultados passíveis ou não de proteção do Direito de Propriedade Intelectual.

13.7. É garantido à CONTRATANTE o direito de titularidade sobre o resultado privilegiável da propriedade intelectual, oriundo da execução do objeto contratual, respeitados os direitos garantidos à CONTRATADA ou a terceiros, antes da assinatura do presente contrato.

13.8. Fica garantida à CONTRATANTE a apropriação dos direitos patrimoniais e conexos, inclusive do uso e da exploração econômica sobre os resultados decorrentes da execução do objeto contratual, que importem em direitos autorais, respeitada a nomeação do autor.

13.9. A CONTRATANTE, a seu critério, poderá aproveitar, para veiculação, peças produzidas para outros órgãos, entidades ou sociedades integrantes do Poder Legislativo Estadual. Nesses casos, quando couber, a CONTRATADA ficará responsável pelo acordo comercial com os eventuais detentores dos direitos das peças.

14. OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA E DO CONTRATANTE

14.1. São obrigações das CONTRATADAS:

14.1.1. Operar como uma organização completa e fornecer serviços de elevada qualidade.

14.1.2. Realizar com seus próprios recursos ou, quando necessário, mediante a contratação de fornecedores de serviços especializados e veículos de comunicação e divulgação, todos os serviços relacionados com o objeto deste contrato, de acordo com as especificações estipuladas pela CONTRATANTE.

14.1.2.1. Não será admitida a subcontratação de agência de publicidade e propaganda, para execução dos serviços objeto deste contrato, conforme disposto em sua Cláusula Segunda, tais como planejamento, estudo, criação e concepção.

14.1.2.1.1. As CONTRATADAS poderão contratar terceiros para a execução, produção e distribuição de campanhas e de peças publicitárias.

14.1.3. Comprovar, no prazo máximo de 30 (trinta) dias corridos, a contar da data de assinatura deste instrumento, que possui, em Fortaleza/CE, estrutura completa (infraestrutura, recursos humanos e materiais) para o atendimento da CONTRATANTE, compatível com o volume e com a característica dos serviços a serem prestados. No tocante aos recursos humanos que ficarão exclusivamente a disposição da CONTRATANTE em Fortaleza, deverá ser representada, no mínimo, pelos seguintes profissionais:

- a) Dois profissionais na área de atendimento;
- b) Um profissional na área de planejamento;
- c) Dois profissionais na área de criação;
- d) Um profissional nas áreas: de produção impressa, de produção eletrônica e de design/ computação gráfica;
- e) Um profissional na área de mídia.

14.1.3.1. A CONTRATADA se compromete a centralizar em Fortaleza/CE o comando da publicidade e marketing da CONTRATANTE.

14.1.3.2. A CONTRATADA, a seu critério, poderá utilizar-se da matriz ou de seus escritórios ou filiais em outras Unidades da Federação para serviços de planejamento,



estudo e criação/concepção que venham a ser necessários, desde que garantidas as condições previamente acordadas.

14.1.3.3. A CONTRATADA se compromete a utilizar os profissionais indicados na Proposta Técnica, da Concorrência que deu origem a este Contrato, para fins de comprovação da capacidade de atendimento, na elaboração dos serviços objeto deste contrato, admitida sua substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior, desde que previamente aprovada pela CONTRATANTE.

14.1.3.4. A CONTRATADA manterá, à frente dos serviços, um representante credenciado (por escrito), o qual será responsável pela direção dos serviços contratados e representará a CONTRATADA perante a CONTRATANTE.

14.1.3.5. A infraestrutura e os recursos materiais disponíveis para a execução do contrato deverão ser comprovados mediante apresentação do título constitutivo de posse ou de propriedade da CONTRATADA (contrato de locação, de comodato, de doação, de cessão de direitos ou escritura pública) e dos respectivos documentos contábeis que comprovem a propriedade dos mesmos por parte da CONTRATANTE.

14.1.4. Cumprir os prazos de execução dos serviços no desenvolvimento de cada ação, conforme as condições estabelecidas entre as partes, sob pena de aplicação das penalidades cabíveis.

14.1.5. Apresentar, no mínimo, 03 (três) cotações de preços obtidas entre fornecedores que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido para valores superiores ao disposto no art. 75, II da Lei Federal nº 14.133/2021. Quando não for possível obter o mínimo de 03 (três) cotações, a CONTRATADA deverá justificar o fato, por escrito, sujeito à aceitação pela CONTRATANTE. O valor dos serviços será orçado pela contratada em cada caso, em função dos custos respectivos, obedecendo-se, rigorosamente, sob pena de responsabilidade, sua compatibilidade com os preços de mercado, e serão submetidos à apreciação da CONTRATANTE que decidirá quanto à sua aprovação.

14.1.5.1. As cotações de preços deverão ser elaboradas em papel timbrado e conter, no mínimo, as seguintes informações:

- a) Razão Social;
- b) CNPJ;
- c) Endereço completo;
- d) Telefone, fax e e-mail para contato;
- e) Descrição detalhada do produto ou serviço cotado, quantidade, preço unitário e preço total;
- f) Local e data de emissão;
- g) Nome por extenso, assinatura, cargo e função de seu representante;
- h) Anexar o orçamento do fornecedor da cotação do preço devidamente assinado.

14.1.5.2. É facultado à CONTRATANTE sempre que achar necessário exigir que as cotações de preços apresentadas pelo CONTRATADO estejam acompanhadas dos seguintes documentos:

- a) Prova de inscrição no Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica – CNPJ/MF;
- b) Prova de inscrição no cadastro de contribuintes estadual ou municipal, se houver, relativa ao domicílio ou à sede do terceiro, pertinente ao seu ramo de atividade e compatível com o objeto da cotação;
- c) Prova de regularidade para com:
 - c.1.) Fazenda Federal (Certidão Conjunta de Débitos Relativos a Tributos Federais e à Dívida Ativa da União);
 - c.2.) Fazenda Estadual;
 - c.3.) Fazenda Municipal;
 - c.4.) INSS – Certidão Negativa de Débito/INSS;
 - c.5.) FGTS – Certificado de Regularidade do FGTS;

c.6.) Trabalhista – Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas.

14.1.5.3. É facultado à CONTRATANTE realizar cotação de preço junto a outros fornecedores, observadas as mesmas especificações e as mesmas condições de cotação utilizadas pela CONTRATADA.

14.1.5.4. Todas as cotações formarão uma única base, da qual será escolhida e contratada a cotação de menor preço e/ou a de maior vantagem para a CONTRATANTE.

14.1.5.5. Sempre que o fornecimento de bens ou serviços tiver valor superior a 0,5% (cinco décimos por cento) do valor global do Contrato, a CONTRATADA procederá à coleta de orçamentos de fornecedores em envelopes fechados, que serão abertos em sessão pública, convocada e realizada sob fiscalização da CONTRATANTE.

14.1.6. Envidar esforços no sentido de obter as melhores condições de preços nas negociações junto a fornecedores e veículos de comunicação e divulgação e transferir ao CONTRATANTE as vantagens obtidas.

14.1.6.1. Pertencem ao CONTRATANTE as vantagens obtidas em negociação de compra de tempos e ou espaços publicitários diretamente ou por intermédio da CONTRATADA, incluídos os eventuais descontos e as bonificações na forma de tempo, espaço ou reaplicações que tenham sido concedidos por veículo de comunicação e divulgação.

14.1.6.1.1 O disposto no item 14.1.6.1 não abrange os planos de incentivo concedidos por veículos de comunicação e divulgação à CONTRATADA e a outras agências, nos termos do art. 18 da Lei 12.232/2010.

14.1.7. Negociar sempre as melhores condições de preço, até os percentuais máximos constantes dos subitens da remuneração, para os direitos autorais de imagem e de som de voz (atores e modelos) e sobre obras consagradas, nos casos de reutilizações de peças publicitárias da CONTRATANTE.

14.1.8. Obter da CONTRATANTE anuência prévia e por escrito de tudo o que vier a ser realizado por terceiros, responsabilizando-se pela boa execução dos serviços, seja qual for a forma de execução das atividades relacionadas ao objeto deste Contrato.

14.1.9. Ser responsável por orientar a produção dos materiais e das peças gráficas e eletrônicas, aprovadas pela CONTRATANTE, atestando a conformidade deste material com as especificações contidas no documento de autorização da ação.

14.1.10. Conferir (checking) os mapas de veiculação, fornecidos pelos veículos de comunicação, podendo valer-se de instrumentos verificadores de veiculação que se prestem a esse fim.

14.1.11. Entregar, como comprovante de peça(s) produzida(s), exemplar(es) para arquivo, conforme quantidade a ser definida pela CONTRATANTE para cada tipo de item.

14.1.12. Fornecer à CONTRATANTE, sempre que solicitado, um caderno em formato A4, contendo o resumo da ação (produção e veiculação da campanha publicitária).

14.1.13. Produzir e entregar ao final de cada ano ou ao final da vigência deste contrato, o que ocorrer primeiro, em CD ou em DVD ou outro meio magnético adequado, portfólio dos trabalhos que realizou (período: 01/01 a 31/12 ou início da vigência a 31/12 ou 01/01 até o final da vigência) para a CONTRATANTE.

14.1.14. Produzir, após a aprovação do serviço pela CONTRATANTE, uma cópia BETACAM ou similar editável e uma em DVD ou outro meio magnético adequado de cada filme para TV; uma cópia, em DVD ou outro meio magnético adequado, de spots e jingles de rádio, de peças de internet, de anúncios para revistas ou para jornais e demais peças impressas. Além disso, fará a digitalização de todas as peças produzidas e encaminhará todo este material à CONTRATANTE, no prazo de até 10 (dez) dias úteis, a contar de sua finalização, conforme o serviço realizado pela contratada.

14.1.15. Registrar em Relatórios semanais, as demandas recebidas e as atividades realizadas pela CONTRATADA em relação a cada uma das ações em desenvolvimento, os

Briefings e as reuniões subsequentes para o desenvolvimento de cada ação. Os relatórios semanais deverão ser assinados e enviados pela CONTRATADA à CONTRATANTE no dia acordado entre as partes. Se houver incorreção no registro dos assuntos tratados, a CONTRATANTE solicitará a necessária correção no prazo máximo de 02 (dois) dias úteis, a contar da data do recebimento dos respectivos relatórios.

14.1.16. Tomar providências, imediatamente, em casos de alterações, rejeições, cancelamentos ou interrupções de um ou mais serviços, mediante comunicação da CONTRATANTE, respeitadas as obrigações contratuais já assumidas com terceiros e os honorários da CONTRATADA pelos serviços realizados até a data dessas ocorrências, desde que não causadas pela própria CONTRATADA ou por terceiros por ela contratados.

14.1.17. Prestar esclarecimentos à CONTRATANTE sobre eventuais atos ou fatos desabonadores noticiados que envolvam a CONTRATADA, independentemente de solicitação.

14.1.18. Não utilizar o presente Contrato em qualquer operação financeira.

14.1.19. Cumprir todas as leis e posturas, federais, estaduais e municipais pertinentes e responsabilizar-se por todos os prejuízos decorrentes de infrações a que houver dado causa, bem assim, quando for o caso, a legislação estrangeira com relação a trabalhos realizados ou distribuídos no exterior.

14.1.20. Cumprir a legislação trabalhista e previdenciária com relação a seus empregados e, quando for o caso, com relação a empregados de terceiros contratados.

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

14.1.22. Responsabilizar-se por recolhimentos indevidos ou pela omissão total ou parcial nos recolhimentos de tributos que incidam ou venham a incidir sobre os serviços contratados.

14.1.23. Apresentar, quando solicitado pela CONTRATANTE, a comprovação de estarem sendo satisfeitos todos os seus encargos e obrigações trabalhistas, previdenciários e fiscais.

14.1.24. Administrar e executar todos os contratos, tácitos ou expressos, firmados com terceiros, bem como responder por todos os efeitos desses contratos perante terceiros e com a própria CONTRATANTE.

14.1.25. Manter, durante a execução deste contrato, todas as condições de habilitação exigidas na Concorrência que deu origem a este Contrato.

14.1.26. Exigir de terceiros em casos de contratação para a execução, total ou parcial, de serviços estipulados neste instrumento, as mesmas condições do presente contrato, inclusive a regularidade fiscal prevista no Art. 68 da Lei nº 14.133/2021.

14.1.27. Responder perante a CONTRATANTE e terceiros por eventuais prejuízos e danos decorrentes de sua demora ou de sua omissão, na condução dos serviços de sua responsabilidade, na veiculação de publicidade ou por erro seu em quaisquer serviços objeto deste contrato.

14.1.28. Responsabilizar-se por quaisquer ônus decorrentes de omissões ou de erros na elaboração de estimativa de custos e que redundem em aumento de despesas ou em perda de descontos para a CONTRATANTE.

14.1.29. 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, bem como se obrigar por quaisquer responsabilidades decorrentes de ações judiciais que lhes venham a ser atribuída por força de lei, relacionadas com o cumprimento do presente Contrato.



14.1.30. Se houver ação trabalhista envolvendo os serviços prestados, a CONTRATADA adotará as providências necessárias no sentido de preservar a CONTRATANTE e de mantê-la a salvo de reivindicações, demandas, queixas ou representações de qualquer natureza e, não o conseguindo, se houver condenação, reembolsará à CONTRATANTE as importâncias que esta tenha sido obrigada a pagar, dentro do prazo improrrogável de 10 (dez) dias úteis a contar da data do efetivo pagamento.

14.1.31. Responder por qualquer ação, de qualquer natureza, em âmbito administrativo, ou ação judicial, movida por terceiros com base na legislação de proteção à propriedade intelectual, direitos de propriedade ou direitos autorais, relacionadas com os serviços objeto deste Contrato.

14.1.32. As responsabilidades imputadas à CONTRATADA, por prejuízos decorrentes de ações delitivas perpetradas contra a CONTRATANTE, não cessam com a rescisão deste contrato.

14.1.33. Aceitar, nas mesmas condições contratuais, acréscimos ou supressões que se fizerem necessárias, em até 25% (vinte e cinco por cento) do valor inicial atualizado deste Contrato previsto na Cláusula Quarta, facultada a supressão além desse limite, mediante acordo entre as partes, devidamente comprovado.

14.1.34. Manter acervo comprobatório da totalidade dos serviços prestados e das peças publicitárias produzidas, durante o período mínimo de 05 (cinco) anos após a extinção do presente Contrato.

14.1.35. É de responsabilidade da CONTRATADA estar em conformidade com os fundamentos da Lei nº 13.709 de 14 de agosto de 2018, Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD), no que tratar-se da manipulação dos dados da CONTRATANTE e de terceiros, em sua criptografia, armazenamento e demais tratativas resguardando os dados utilizados;

14.1.36. Assumir total responsabilidade pelo sigilo das informações, dados, contidos em quaisquer mídias e documentos que seus empregados ou prepostos vierem a obter em função dos serviços prestados à CONTRATANTE, respondendo pelos danos que eventual vazamento de informações, decorrentes de ação danosa ou culposa, nas formas de negligência, imprudência ou imperícia, venha a ocasionar à CONTRATANTE

14.1.37. Fica vedado o tratamento de dados pessoais sensíveis por parte da CONTRATADA com objetivo de obter vantagem econômica de qualquer espécie, com exceção daquelas hipóteses previstas no parágrafo 4º do art. 11 da Lei Federal nº 13.709, de 14 de agosto de 2018;

14.1.38. A CONTRATADA se compromete a zelar pelo tratamento dos dados pessoais dos titulares das pessoas naturais vinculadas à CONTRATANTE, sem prejuízo de qualquer responsabilidade, admitindo-se o tratamento nas hipóteses de consentimento específico e destacado por termo de compromisso e ou nas hipóteses previstas nos incisos II a X do art. 7º da Lei Federal nº 13.709, de 14 de agosto de 2018.

14.2. **São obrigações da CONTRATANTE**, além de outras assumidas no contrato a ser firmado:

14.3. Exigir o cumprimento de todas as obrigações assumidas pelo contratado, de acordo com este instrumento e seus anexos;

14.4. Receber o objeto no prazo e condições estabelecidas neste Termo;

14.5. Notificar o contratado, por escrito, sobre vícios, defeitos ou incorreções verificadas no objeto contratado, para que seja por ele substituído, reparado ou corrigido, no total ou em parte, às suas expensas;

14.6. Acompanhar e fiscalizar a execução do contrato e o cumprimento das obrigações pelo contratado;

14.7. Comunicar o contratado para emissão de nota fiscal relativa à parcela incontroversa da execução do objeto, para efeito de liquidação e pagamento, quando houver controvérsia



sobre a execução do objeto, quanto à dimensão, qualidade e quantidade, conforme o art. 143 da Lei nº 14.133/2021;

14.8. Efetuar o pagamento ao contratado do valor correspondente a execução do objeto, no prazo, forma e condições estabelecidos neste termo;

Aplicar as sanções previstas na lei e edital, quando do descumprimento de obrigações pelo contratado;

14.9. Emitir explicitamente decisão sobre todas as solicitações e reclamações relacionadas à execução do contrato, ressalvados os requerimentos manifestamente impertinentes, meramente protelatórios ou de nenhum interesse para a boa execução do contrato.

14.10. A Administração terá o prazo de 30 dias, a contar da data do protocolo do requerimento para decidir, admitida a prorrogação motivada, por igual período.

14.11. Responder eventuais pedidos de restabelecimento do equilíbrio econômico-financeiro feitos pelo CONTRATADO no prazo máximo de 30 dias.

14.12. Não responder por quaisquer compromissos assumidos pelo CONTRATADO com terceiros, ainda que vinculados à execução do contrato, bem como por qualquer dano causado a terceiros em decorrência de ato do CONTRATADO, de seus empregados, prepostos ou subordinados.

15. GARANTIA

15.1. Após a adjudicação do objeto do certame e até a data da contratação, a licitante vencedora deverá prestar garantia contratual correspondente a 5% (cinco por cento) sobre o valor do contrato, em conformidade com o disposto no art. 96 da Lei Federal nº 14.133/2021, vedada à prestação de garantia através de Títulos da Dívida Agrária.

15.2. Na garantia deverá estar expresso prazo de validade superior a 90 (noventa) dias do prazo contratual.

15.3. A garantia prestada será liberada ou restituída após a fiel execução do contrato ou após a sua extinção por culpa exclusiva da Administração e, quando em dinheiro, atualizada monetariamente, conforme dispõe o art. 100 da Lei Federal nº 14.133/2021.

15.4. A não prestação de garantia equivale à recusa injustificada para a contratação, caracterizando descumprimento total da obrigação assumida, ficando a adjudicatária sujeita às penalidades legalmente estabelecidas, inclusive multa.

15.5. Na ocorrência de acréscimo contratual de valor, deverá ser prestada garantia proporcional ao valor acrescido, nas mesmas condições estabelecidas no subitem 15.1. deste Projeto Básico.

16. FISCALIZAÇÃO E ACEITAÇÃO

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

16.1.1. A fiscalização dos serviços será exercida pelo gestor do contrato, ou por preposto devidamente credenciado, que terá poderes, entre outros, para notificar a CONTRATADA sobre as irregularidades ou as falhas que porventura venham a ser encontradas na execução do Contrato.

16.2. A fiscalização pela CONTRATANTE em nada restringe a responsabilidade, única, integral e exclusiva, da CONTRATADA pela perfeita execução dos serviços.

16.2.1. A ausência de comunicação por parte da CONTRATANTE, referente a irregularidades ou falhas, não exime a CONTRATADA das responsabilidades determinadas neste Contrato.



16.3. A CONTRATADA somente poderá executar qualquer tipo de serviço após a aprovação formal da CONTRATANTE.

16.3.1. Não será permitido a CONTRATADA declinar de nenhuma solicitação dos serviços previstos na Cláusula Segunda deste CONTRATO.

16.4. A não-aceitação de algum serviço, no todo ou em parte, não implicará a dilação do prazo de entrega, salvo expressa concordância da CONTRATANTE.

16.5. A CONTRATADA adotará as providências necessárias para que qualquer serviço, incluído o de veiculação, considerado não aceitável, no todo ou em parte, seja refeito ou reparado, a sua expensa e nos prazos estipulados pela fiscalização.

16.6. A aprovação dos serviços executados pela CONTRATADA ou por seus contratados não a desobrigará de sua responsabilidade quanto à perfeita execução dos serviços contratados.

16.7. A CONTRATADA permitirá e oferecerá condições para a mais ampla e completa fiscalização, durante a vigência deste Contrato, fornecendo informações, propiciando o acesso à documentação pertinente e aos serviços em execução e atendendo às observações e às exigências apresentadas pela fiscalização.

16.8. A CONTRATADA se obriga a permitir que a auditoria interna da CONTRATANTE ou auditoria externa por ela indicada tenham acesso a todos os documentos que digam respeito aos serviços prestados à CONTRATANTE.

16.9. À CONTRATANTE é facultado o acompanhamento de todos os serviços objeto deste Contrato, juntamente com um representante credenciado pela CONTRATADA.

16.10. A CONTRATANTE realizará, semestralmente, avaliação da qualidade do atendimento, do nível técnico dos trabalhos e dos resultados concretos dos esforços de comunicação sugeridos pela CONTRATADA, da diversificação dos serviços prestados e dos benefícios decorrentes da política de preços por ela praticada.

16.10.1. A avaliação semestral será considerada pela CONTRATANTE para aquilatar a necessidade de solicitar à CONTRATADA que melhore a qualidade dos serviços prestados para decidir sobre a conveniência de prorrogar ou, a qualquer tempo, rescindir o presente Contrato; para fornecer, quando solicitado pela CONTRATADA, declarações sobre seu desempenho, a fim de servir de prova de capacitação técnica em licitações

17. CONDIÇÕES DE PAGAMENTO

17.1. 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 referente a demanda dos serviços, oriundos do mês anterior, com o respectivo acompanhamento de seus comprovantes de realização.

17.2. Os documentos de cobrança da CONTRATADA, compostos de sua Fatura com a respectiva Nota Fiscal do terceiro, acompanhada dos comprovantes dos respectivos serviços prestados, serão liquidados por meio de transferência bancária, através de conta de titularidade da CONTRATADA.

17.2.1 Encontram-se dentro da excepcionalidade à exigência do item 17.2, os comprovadamente isentos na forma da Lei;

17.3. Quaisquer alterações nos dados bancários deverão ser comunicadas à CONTRATANTE, ficando sob inteira responsabilidade da CONTRATADA os prejuízos decorrentes de pagamentos incorretos devido à falta de informação.

17.4. O CNPJ que deverá constar nas Faturas apresentadas e na conta corrente utilizada para pagamento à CONTRATADA deverá ser o mesmo CNPJ que a CONTRATADA utilizou neste contrato.

17.5. O CNPJ que deverá constar das Notas Fiscais dos fornecedores deverá ser o mesmo da cotação de preços que norteou a contratação.

17.6. Nos documentos fiscais da CONTRATADA, referentes ao pagamento de terceiros,



deverá constar, necessariamente, o número deste contrato; o número do documento que autorizou a veiculação ou produção do serviço; a razão social do fornecedor com seu respectivo CNPJ; e os dados bancários apresentados no contrato.

17.7. Correrão por conta da CONTRATADA o ônus do prazo de compensação e todas as despesas bancárias decorrentes da transferência de crédito.

17.8. Os pagamentos serão efetuados após o recebimento dos serviços, mediante apresentação de Nota(s) Fiscal(is)/Fatura(s), após o atesto pela CONTRATANTE, a qual acontecerá da seguinte forma:

17.8.1. Veiculação: em até 30 (trinta) dias após o mês de veiculação, mediante apresentação dos documentos de cobrança da CONTRATADA e dos veículos, tabelas de preços dos veículos e respectivos comprovantes de veiculação;

17.8.2. Produção: em até 30 (trinta) dias após o mês de produção, mediante apresentação dos documentos de cobrança da CONTRATADA e dos fornecedores, demonstrativos de despesas e respectivos comprovantes;

17.8.3. Outros serviços: realizados por terceiros nos vencimentos previamente ajustados com a CONTRATANTE, mediante a entrega dos serviços solicitados, dos documentos de cobrança da CONTRATADA e dos fornecedores e respectivos comprovantes.

17.8.4. Para fins de pagamento, a CONTRATADA deverá apresentar, de sua pessoa jurídica e dos fornecedores a que se referem, juntamente com a Nota(s) Fiscal(is)/Fatura, os seguintes documentos:

- a) Certidão Negativa de Débito do INSS;
- b) Certificado de Regularidade com o Fundo de Garantia do Tempo de Serviço – FGTS;
- c) Certidão Conjunta de Regularidade com a Fazenda Federal (Quitação de Tributos e Contribuições Federais e Dívida Ativa da União da Fazenda Federal), Estadual e Municipal nos seus respectivos órgãos;
- d) Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas.

17.8.5. A não apresentação da Certidão Negativa de Débito do INSS, do Certificado de Regularidade do FGTS e da Certidão Negativa de Débito (CND) relativa aos Tributos Federais, Estaduais e Municipais, bem como a Certidão Negativa de Débitos Trabalhista ou a irregularidade destas, não acarretará retenção do pagamento. Entretanto, a CONTRATADA será comunicada quanto à necessidade de apresentação e/ou regularização de tais documentos em até 30 (trinta) dias.

17.8.6. Decorrido o prazo acima, persistindo a irregularidade, este Contrato poderá ser rescindido, sem prejuízo das demais penalidades cabíveis, no caso de as certidões se referirem à pessoa jurídica da CONTRATADA. Caso se referirem à pessoa jurídica dos fornecedores emitentes das Notas Fiscais, a CONTRATADA será notificada para não mais agenciá-los, até que a situação fiscal dos mesmos esteja regularizada.

17.8.7. Deflagrada a situação do item anterior, fica facultado à CONTRATANTE oficiar a ocorrência ao INSS, no caso da CND/INSS, à Caixa Econômica Federal, no caso do CRF, aos órgãos competentes, no caso de CND relativa aos Tributos Federais, Estaduais e Municipais e ao Ministério Público do Trabalho no caso dos Tributos Trabalhistas.

17.8.8. Caso o serviço, objeto deste Contrato, seja recusado ou o documento fiscal apresente alguma incorreção, será considerado como não entregue e o prazo de pagamento será contado a partir da data de regularização, observado o prazo disposto no Contrato.

17.8.9. A CONTRATANTE efetuará as retenções dos tributos incidentes no faturamento, de acordo com a legislação vigente.

17.9. Todos os documentos de cobrança e demais documentos necessários para a efetivação de pagamento pela CONTRATANTE, deverão ser encaminhados ao endereço a seguir: Rua Dr. Thompson Bulcão, 830, Luciano Cavalcante, CEP:60.810-460, Fortaleza – Ceará, para a Coordenadoria de Comunicação Social.

17.10. Ocorrendo atraso de pagamento por culpa da CONTRATANTE, será procedida a atualização monetária decorrente desse atraso, com base na variação *pro rata tempore* dos IGP-M (FGV), verificado entre a data prevista para o pagamento e a data em que o mesmo for efetivado.

17.11. A CONTRATANTE não acatará a cobrança por meio de duplicatas ou qualquer outro título, em bancos ou outras instituições do gênero.

17.12. Os pagamentos efetuados pela CONTRATANTE não isentam a CONTRATADA de suas obrigações e responsabilidades assumidas.

17.13. A CONTRATANTE não pagará nenhum acréscimo por atraso de pagamento decorrente de fornecimento de serviços, por parte da CONTRATADA, com ausência total ou parcial da documentação hábil ou pendente de cumprimento de quaisquer cláusulas constantes deste contrato.

17.14. A CONTRATANTE não pagará, sem que tenha autorizado prévia e formalmente, nenhum compromisso que lhe venha a ser cobrado diretamente por terceiros, sejam ou não instituições financeiras.

17.15. Os eventuais encargos financeiros, processuais e outros, decorrentes da inobservância, pela CONTRATADA, de prazos de pagamento, serão de sua exclusiva responsabilidade.

17.16. A CONTRATADA apresentará cópias dos documentos fiscais que comprovem os pagamentos feitos a terceiros, até o 5º dia útil do mês subseqüente ao do pagamento realizado pela CONTRATANTE.

18. SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

18.1. Pela inexecução total ou parcial do Contrato, a CONTRATANTE poderá aplicar à CONTRATADA, sem prejuízo da reparação dos danos causados, as seguintes sanções:

18.1.1 Advertência: será aplicada quando ocorrer o descumprimento das obrigações assumidas, podendo ser cumulada com outra penalidade;

18.1.2. Multa: será aplicada nos seguintes casos:

18.1.2.1. O atraso injustificado na execução do Contrato sujeitará a CONTRATADA à multa de mora, na forma a seguir, garantida a defesa prévia:

- a) Atraso na implantação da estrutura em Fortaleza/CE, conforme cláusula contratual, a contar do 31º (trigésimo primeiro) dia da data da assinatura do contrato: em 0,01% (um centésimo por cento) sobre o valor global deste contrato, por dia de atraso, até o 60º (sexagésimo) dia.
- b) Atraso na implantação da estrutura em Fortaleza/CE, conforme Contrato, a contar do 61º (sexagésimo primeiro) dia da data da assinatura do contrato: em 0,1% (um décimo por cento) sobre o valor global deste contrato, por dia de atraso.
- c) Atraso na alocação dos profissionais pontuados tecnicamente na estrutura em Fortaleza/ CE, conforme subitem do Contrato, a contar do 31º (trigésimo primeiro) dia da data da assinatura deste contrato: em 0,01% (um centésimo por cento) sobre o valor global deste contrato, por profissional faltante e por dia de atraso, até o 60º (sexagésimo) dia.
- d) Atraso na alocação dos profissionais pontuados tecnicamente na estrutura em Fortaleza/ CE, conforme cláusula contratual, a contar do 61º (sexagésimo primeiro) dia da data da assinatura deste contrato: em 0,1% (um décimo por cento) sobre o valor global deste contrato, por profissional faltante e por dia de atraso.
- e) Atraso na apresentação/atualização da garantia de execução contratual, estabelecida no instrumento contratual: em 1% (um por cento) do valor total da garantia prestada, por dia de atraso, conforme o contrato, até o limite de

10 (dez) dias úteis.

- f) Ocorrência de atrasos em qualquer outro prazo previsto neste instrumento não abrangidos pelas alíneas anteriores: em 0,01 % (um centésimo por cento) do valor global deste instrumento, por dia de atraso.

18.1.2.2. Pela inexecução total ou parcial serão aplicadas multas na forma a seguir, garantida prévia defesa:

- a) Quando a CONTRATADA incorrer em alguma das hipóteses do Contrato (rescisão unilateral): em 10% (dez por cento) do valor global atualizado deste Contrato.
- b) Não-apresentação/atualização da garantia de execução contratual, após o limite de prazo na forma estabelecida no Contrato: em 50% (cinquenta por cento) do valor total da garantia prestada, conforme no Contrato, sem prejuízo da rescisão contratual e demais penalidades previstas no Contrato.
- c) Pela não-manutenção das condições de habilitação e qualificação exigidas na licitação, conforme disposto no Contrato: em 10% (dez por cento) sobre o valor global atualizado deste Contrato, sem prejuízo da rescisão contratual e demais penalidades previstas no Contrato.
- d) Utilizar o presente Contrato em qualquer operação financeira, conforme subitem disposto no Contrato: em 10% (dez por cento) do valor global atualizado no Contrato, sem prejuízo da rescisão contratual e demais penalidades previstas no Contrato.
- e) Ocorrência de quaisquer outros tipos de descumprimento contratual não abrangidos pelas alíneas anteriores: em 0,1% (um décimo por cento) do valor global atualizado deste Instrumento para cada evento.

18.1.2.3. As multas previstas nos subitens 18.1.2.1. e 18.1.2.2. são independentes entre si, podendo ser aplicadas isoladas ou cumulativamente, ficando, porém, o total das multas do subitem 18.1.2.1 limitado a 20% (vinte por cento) do valor total atualizado deste Contrato, sendo que, acima desse percentual a CONTRATADA ficará sujeita à rescisão contratual.

18.1.2.4. Em caso de descumprimento deste Contrato, além das multas de mora, a CONTRATADA responderá por quaisquer danos e prejuízos sofridos pela CONTRATANTE.

18.1.2.5. Não serão aplicadas multas decorrentes de casos fortuitos ou força maior ou razões de interesse público, devidamente comprovados.

18.1.2.6. O valor da multa e os prejuízos causados pela CONTRATADA serão executados pela CONTRATANTE, nos termos das alíneas "a", "b" e "c" do subitem que trata da rescisão de Contrato.

18.1.2.7. Suspensão temporária de participação em licitação e impedimento de contratar com a CONTRATANTE pelo período não superior a 02 (dois) anos, nos seguintes casos, dentre outros:

- a) Não-manutenção de situação regular em relação à Documentação de Habilidade;
- b) Se a CONTRATADA der causa à rescisão unilateral deste Contrato, por descumprimento de suas obrigações;
- c) Apresentação de documentos falsos ou adulterados;
- d) Cometimento de falhas ou fraudes na execução deste Contrato.

18.1.2.8. A suspensão temporária de participação em licitação e impedimento de contratar com a CONTRATANTE, também, poderá ser aplicada nos casos previstos nas alíneas do subitem 18.1.2.2.

18.1.2.9. Declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com a Administração Pública, enquanto perdurarem os motivos determinantes da punição ou até que seja promovida a reabilitação perante a própria autoridade que aplicou a penalidade, que será concedida sempre que a CONTRATADA ressarcir a Administração pelos prejuízos resultantes e após



decorrido o prazo da sanção, previsto na Lei nº 14.133/2021, que será aplicada, também, nos seguintes casos:

- a) Tenha sofrido condenação definitiva por praticar, por meios dolosos, fraude fiscal no recolhimento de quaisquer tributos;
- b) Tenha praticado atos ilícitos, visando a frustrar os objetivos da contratação;
- c) Demonstre não possuir idoneidade para contratar com a Administração Pública.

18.2. As penalidades serão aplicadas com observância aos princípios da ampla defesa e do contraditório.

18.3. As sanções previstas no subitem 18.1.1. poderá ser aplicada juntamente com a do subitem 18.1.2., facultada a defesa prévia da CONTRATADA, no prazo de 05 (cinco) dias úteis, a contar do recebimento da comunicação das mesmas, cujas razões, em sendo procedentes, poderão isentá-la das penalidades; caso contrário, aplicar-se-á a sanção cabível.

18.4. Da aplicação das penalidades previstas nesta Cláusula caberá recurso.

18.4.1. O recurso será dirigido à autoridade superior, por intermédio da que praticou o ato recorrido, a qual poderá reconsiderar sua decisão, no prazo de 05 (cinco) dias úteis, ou, neste mesmo prazo, fazê-lo subir, devidamente informado, devendo, neste caso, a decisão ser proferida em 05 (cinco) dias úteis contados do recebimento do recurso, pela autoridade superior, sob pena de responsabilidade.

18.5. O valor das multas e os prejuízos causados à CONTRATANTE poderão ser descontados da garantia constituída, do valor da fatura de quaisquer serviços referentes ao presente contrato, cobrado diretamente ou, ainda, quando for o caso, cobrado judicialmente da CONTRATADA.

18.6. A CONTRATADA desde logo autoriza a CONTRATANTE a descontar dos valores por ele devidos o montante das multas a ela aplicadas.

18.7. O pagamento das multas não eximirá a contratada de ser açãoada judicialmente pela responsabilidade civil derivada de perdas e danos junto à contratante, decorrentes das infrações porventura cometidas, inclusive pela inobservância do disposto na Lei 13.709/2018 (LGPD), na forma abaixo estipulada:

18.8. Multa de 10% (dez por cento) sobre o valor total do CONTRATO, na hipótese de descumprimento da obrigação de zelo no tratamento dos dados pessoais da pessoa natural vinculada ao CONTRATANTE, ou em caso de tratamento de dados sem o consentimento específico e destacado por termo de compromisso, ou outra irregularidade havida no cumprimento do CONTRATO, por culpa da CONTRATADA, quando for o caso.

18.9. Multa de 20% (vinte por cento) sobre o valor total do CONTRATO, na hipótese de tratamento de dados pessoais sensíveis com o objetivo de obter vantagem econômica, ou outra irregularidade havida no cumprimento do CONTRATO, por culpa da CONTRATADA, quando for o caso.

19. APÊNDICES

Apêndice I: Briefing

Fortaleza, 16 de setembro de 2025.

Elaborado e assinado por **MOEMA CIRINO SOARES - Coordenadora de Comunicação Social**



APÊNDICE I DO ANEXO I

BRIEFING EXERCÍCIO CRIATIVO

1. ESCLARECIMENTOS INICIAIS

O presente Briefing consiste em informações e instruções destinadas às agências de propaganda participantes do processo licitatório realizado pela Câmara Municipal de Fortaleza (CMFor), por meio da Coordenadoria de Comunicação Social (Cecom), cujo objeto é a contratação de serviços de publicidade. A Cecom tem como missão planejar e executar a política de Comunicação Social da CMFor, sendo essencial ao processo democrático, cumprindo o relevante papel de dar maior transparência aos atos do Poder Legislativo Municipal.

A Comunicação da Câmara é ferramenta estratégica na construção de políticas públicas, sendo, em alguns casos, elemento imprescindível para a conquista de objetivos e o sucesso das ações do Poder Legislativo Municipal. É o caso das ações de aproximação da Casa à população de Fortaleza, através de campanhas publicitárias que traduzem o papel dos vereadores, a importância do Poder Legislativo, e que mostram que a Política está no dia a dia dos cidadãos.

Assim sendo, a Cecom elegeu como objeto do desafio de Comunicação da licitação das agências de publicidade que atenderão a Câmara de Fortaleza, o desenvolvimento de uma campanha publicitária pelos **300 Anos da cidade de Fortaleza e da Câmara de Fortaleza**, a serem comemorados em 13 de abril de 2026. Fica a critério da Comunicação Social da CMFor a implementação ou não das propostas apresentadas pela agência vencedora da licitação.

2. CONTEXTUALIZAÇÃO

O aniversário de Fortaleza é celebrado em 13 de abril, data em que a cidade foi elevada à condição de vila em 1726, com o nome de Fortaleza de Nossa Senhora da Assunção. Essa também é a data iniciadora das atividades legislativas, quando a Câmara Municipal passou a funcionar com dois juízes ordinários e três vereadores.

Segundo o livro *"História da Câmara Municipal de Fortaleza"*, publicado pela Fundação Demócrito Rocha em 2016, a população de Fortaleza na época tinha grande apreço pelos vereadores, ao ponto dos capitães moros se sentirem incomodados com as manifestações de simpatia demonstradas nas reuniões festivas da vila.

No século XVIII, ainda de acordo com a publicação, as eleições para escolha dos membros do Legislativo Municipal tinham a denominação de pelouros e o mandato era de apenas um ano.



A partir da independência do Brasil em 1822 é que Fortaleza deixa de ser vila e passa a ser Cidade, passando a ter direito a escolher, através do voto, nove vereadores elegíveis, com o mandato em duração de quatro anos.

No século XIX, o Poder Executivo era exercido por um Intendente, gestor esse oriundo da Câmara, escolhido entre seus pares para governar a cidade. O mais destacado Intendente de Fortaleza foi Antônio Ferreira, carioca que chegou ao Ceará em 1825 e se estabeleceu com uma botica (farmácia) na praça central da cidade. O boticário Ferreira foi eleito vereador em 1845 e reeleito continuamente Presidente da Câmara, função que dava direito a ocupar a intendência.

Até 1889, a proclamação da República, todas as funções de organização sociopolítica da cidade eram exercidas pela Câmara Municipal. Cabia a ela fazer a fiscalização de lojas, vendas e até açouques da cidade. Mas a partir da República, as câmaras municipais foram dissolvidas e os governos estaduais passaram a nomear os membros dos Conselhos de Intendência, que continuava funcionando como poder executivo.

Com a Revolução de 30, as prefeituras são criadas e finalmente os poderes Legislativo e Executivo se separam. As Câmaras Municipais passaram a ter especificamente o papel de Casa Legislativa.

A história da Câmara se confunde com a própria história da cidade de Fortaleza, marcada por diversos episódios de significativa importância. A Câmara teve papel importante na formação da capital, como na área urbana, com a aprovação da planta urbanística de Adolfo Herbster, de 1875, aprovada pelos vereadores da época e que redefiniu a urbanização de Fortaleza. Herbster foi contratado pela Câmara para fazer um levantamento cartográfico da capital cearense e foi responsável pelo arruamento de diversas avenidas.

As leis municipais vão além da mudança de ruas, construção de edificações ou criação de cargos e aprovação orçamentária. A Câmara de Fortaleza é responsável por ser a voz da sociedade. Dessa forma, é a instituição que tem maior aproximação com o povo, é o poder mais aberto. É nos vereadores que a população se vê representada, pois o vereador vem do bairro, conhece os problemas e chega mais perto da população.

Hoje a Câmara de Fortaleza é composta por 43 vereadores, eleitos por voto direto a cada quatro anos. E cada vez mais desempenha um papel crucial para a sociedade ao formular leis, fiscalizar o poder executivo e representar os cidadãos. Os vereadores, em particular, atuam como ponte entre a população e o governo local, buscando atender às demandas da comunidade e garantir a aplicação justa dos recursos públicos.

Comemorar os 300 anos de Fortaleza e da Câmara de Fortaleza é essencial para reconhecer a rica história e o desenvolvimento da nossa cidade, celebrar a cultura e a identidade fortalezense, e projetar o futuro da capital cearense. É um momento para refletir sobre o passado, valorizar o presente e construir um futuro ainda mais vibrante.

Fortaleza, ao longo de três séculos, passou por diversas transformações, desde um povoado até se tornar uma grande metrópole. Comemorar essa trajetória é reconhecer a importância dos personagens históricos. A cidade possui uma identidade cultural forte, com



suas manifestações artísticas, suas festas tradicionais, como o Carnaval e as Festas Juninas, e sua culinária única. Essa é uma oportunidade de reafirmar essa identidade e fortalecer o sentimento de pertencimento da população.

3. OBJETIVO GERAL

Fortaleza está prestes a completar 300 anos de história. Este é um marco significativo que merece ser celebrado de forma grandiosa. O objetivo geral da campanha publicitária deve ir além de uma simples celebração de aniversário, precisa engajar a população, resgatar a história da cidade e projetar um futuro otimista, gerando orgulho e sentimento de pertencimento na população de Fortaleza; destacando a importância histórica e cultural da cidade; conectando a história da Câmara e suas conquistas e desafios do presente e futuro da cidade.

4. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Fortalecer a marca Câmara de Fortaleza em meio a população, tendo como gancho o aniversário da cidade e aniversário da Câmara, garantindo que a sociedade veja a relevância do Poder Legislativo Municipal para a cidade e para o dia a dia das comunidades. Aproveitar a efeméride para tornar simpática a Câmara de Fortaleza, próxima, parte da vida da população.

5. PREMISSAS

A campanha deve seguir as premissas básicas da Comunicação Social da Câmara de Fortaleza, a saber:

- 5.1 - Ter caráter educativo, informativo e de orientação social, conforme o parágrafo 1º, art.37, da Constituição Brasileira;
- 5.2 – Primar pela transparência das ações, obras e atos da Câmara Municipal de Fortaleza;
- 5.3 – Incentivar a formação de uma cultura de cidadania, participação popular e democratização dos processos dessa gestão.

6. DIRETRIZES

- 6.1 – A campanha publicitária deve utilizar de linguagem simples, de fácil compreensão pela população, tendo como público-alvo o morador da cidade de Fortaleza das diversas classes sociais;
- 6.2 – Além dos veículos tradicionais de comunicação de massa, utilizar os veículos de comunicação próprios da CMFor, como o portal de notícias na internet, redes sociais oficiais da Câmara, revista Nossa Voz, jornal Câmara Notícias e ainda outros veículos que a Comunicação Social achar necessário.

7. PRINCÍPIOS BÁSICOS DA COMUNICAÇÃO SOCIAL DA CÂMARA



- 7.1 – Sobriedade e transparência dos procedimentos;
- 7.2 – Eficiência e racionalidade na aplicação de recursos;
- 7.3 – Adequação das mensagens ao universo cultural do público-alvo das referidas mensagens;
- 7.4 – Regionalização da comunicação social;
- 7.5 – Avaliação sistemática de resultados.

A Comunicação Social, portanto, deve demonstrar sempre clareza nas intenções e nos atos do Legislativo Municipal e sua respectiva divulgação. Deve objetivar o conhecimento público das ações da Câmara Municipal de Fortaleza com possibilidade de críticas dos cidadãos fortalezenses, visando possíveis correções dessas ações, promovendo a integração social e o desenvolvimento da sociedade como um todo, pois o Município existe para servir ao cidadão e promover evolução social.

8. VERBA

A campanha exemplo deve ser planejada levando-se em consideração a verba hipotética de R\$ 1.500.000,00 (hum milhão e quinhentos mil reais).

9. PERÍODO

O período de veiculação da campanha será na semana do aniversário de Fortaleza, em 13 de abril de 2026.

10. PÚBLICO ALVO

Toda população de Fortaleza é o alvo desta campanha.

11. PRAÇA DE VEICULAÇÃO

O Município de Fortaleza.

Elaborado e assinado por MOEMA CIRINO SOARES-Coordenadora de Comunicação Social



ANEXO II - MODELO DE PROCURAÇÃO

Outorgante

Qualificação (nome, endereço, razão social, etc.)

Outorgado

O representante devidamente qualificado

Objeto

Representar a outorgante na Concorrência Nº _____ – Câmara municipal de Fortaleza

Poderes

Apresentar documentação e propostas, participar de sessões públicas de abertura de documentos de habilitação e de propostas, assinar as respectivas atas, registrar ocorrências, formular impugnações, interpor recursos, renunciar ao direito de recurso, renunciar a recurso interposto e assinar todos os atos e quaisquer documentos indispensáveis ao bom e fiel cumprimento do presente mandato.

.....-.,.....de de 2025.

NOME

CARGO

EMPRESA

Observações: se particular, a procuração será elaborada em papel timbrado da licitante e assinada por representantes legais ou pessoa devidamente autorizada; será necessário **comprovar os poderes do outorgante para fazer a delegação acima.**



ANEXO III - PLANILHA DE PREÇOS SUJEITOS A VALORAÇÃO

Declaramos que, na vigência do contrato, adotaremos a seguinte política de preços para os serviços descritos:

- a) desconto a ser concedido à Câmara municipal de Fortaleza, sobre os custos internos, baseado na tabela de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Ceará): % (_____ por cento);
- b) honorários, a serem cobrados da Câmara municipal de Fortaleza, referentes à produção de peças e materiais cuja distribuição não nos proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, incidentes sobre os custos comprovados de serviços realizados por terceiros:
 % (_____ por cento);
- c) honorários, a serem cobrados da Câmara municipal de Fortaleza, incidentes sobre os custos de outros serviços realizados por terceiros, referentes a pesquisas de pré-teste e pós-teste – vinculadas à concepção e criação de campanhas e peças publicitárias – e à elaboração de marcas, de expressões de propaganda, de logotipos e de outros elementos de comunicação visual:
 % (_____ por cento).

..... -....., de de 2025.



ANEXO IV - MODELO DE DECLARAÇÃO DE INEXISTÊNCIA DE FATO IMPEDITIVO PARA HABILITAÇÃO

DECLARAÇÃO

Agência _____, inscrita no CNPJ
n° _____, por intermédio de _____, a sua habilitação, estando ciente da obrigatoriedade de declarar ocorrências posteriores.

Cidade/UF, _____ de _____ de 2025.

(Assinatura do representante da Licitante, com indicação do seu nome e cargo)

OBSERVAÇÃO: Caso o representante que estiver subscrevendo o presente documento não seja o sócio, gerente ou diretor, declarado no contrato social ou na ata de constituição, será necessário comprovar os poderes para assinatura.



ANEXO V - MODELO DE DECLARAÇÃO DE CONHECIMENTO DO INSTRUMENTO CONVOCATÓRIO

DECLARAÇÃO

Agência _____, inscrita no CNPJ nº _____, por intermédio de _____ e do CPF nº _____, DECLARA sob as penas da Lei o CONHECIMENTO DO INSTRUMENTO CONVOCATÓRIO: ter recebido todos os documentos e informações, conhecer e acatar as condições para o cumprimento das obrigações objeto da Licitação.

Cidade/UF, ___ de _____ de 2025.

(Assinatura do representante da Licitante, com indicação do seu nome e cargo)

OBSERVAÇÃO: Caso o representante que estiver subscrevendo o presente documento não seja o sócio, gerente ou diretor, declarado no contrato social ou na ata de constituição, será necessário comprovar os poderes para assinatura.



**ANEXO VI - MODELO DE DECLARAÇÃO DE QUE NÃO EMPREGA
MENOR E QUE CUMPRE A RESERVA DE CARGOS PARA PESSOA
COM DEFICIÊNCIA E PARA REABILITADO DA PREVIDÊNCIA
SOCIAL**

Referente Concorrência....., inscrita no CNPJ sob o nº, por intermédio de seu representante legal, portador(a) da Carteira de Identidade nº....., inscrito(a) no CPF sob o nº, DECLARA, para fins do disposto na Constituição Federal, em seu artigo 7º, inciso XXXIII, que não emprega menor de dezoito anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre e não emprega menor de dezesseis anos.

(se for o caso acrescentar texto a seguir)

Ressalva: emprega menor, a partir de quatorze anos, na condição de aprendiz.

Declara ainda 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.

*Local e data
Assinatura do representante legal*



ANEXO VII - MODELO DE DECLARAÇÃO DE ELABORAÇÃO INDEPENDENTE DE PROPOSTA

Concorrência nº – Câmara Municipal de Fortaleza , portador(a) da Carteira de Identidade nº....., inscrito(a) no CPF sob o nº

como representante devidamente constituído da (Identificação completa da licitante), doravante denominada licitante, para fins do disposto no item (completar) do Edital (completar com identificação do edital), declara, sob as penas da lei, em especial o art. 299 do Código Penal Brasileiro, que:

- (a) a proposta apresentada para participar da (identificação da licitação) foi elaborada de maneira independente (pelo Licitante/Consórcio), e o conteúdo da proposta não foi, no todo ou em parte, direta ou indiretamente, informado, discutido ou recebido de qualquer outro participante potencial ou de fato da (identificação da licitação), por qualquer meio ou por qualquer pessoa;
- (b) a intenção de apresentar a proposta elaborada para participar da (identificação da licitação) não foi informada, discutida ou recebida de qualquer outro participante potencial ou de fato da (identificação da licitação), por qualquer meio ou por qualquer pessoa;
- (c) que não tentou, por qualquer meio ou por qualquer pessoa, influir na decisão de qualquer outro participante potencial ou de fato da (identificação da licitação) quanto a participar ou não da referida licitação;
- (d) que o conteúdo da proposta apresentada para participar da (identificação da licitação) não será, no todo ou em parte, direta ou indiretamente, comunicado ou discutido com qualquer outro participante potencial ou de fato da (identificação da licitação) antes da adjudicação do objeto da referida licitação;
- (e) que o conteúdo da proposta apresentada para participar da (identificação da licitação) não foi, no todo ou em parte, direta ou indiretamente, informado, discutido ou recebido de qualquer integrante de (órgão licitante) antes da abertura oficial das propostas; e
- (f) que está plenamente ciente do teor e da extensão desta declaração e que detém plenos poderes e informações para firmá-la.

Local e data

Assinatura do representante legal



ANEXO VIII MODELO DE DECLARAÇÃO DE CONDUTA ÉTICA E ANTICORRUPÇÃO

(NOME DA LICITANTE), declara para os devidos fins que como licitante observará e, eventualmente contratado observará e fará observar pelos fornecedores e subcontratados, se admitida subcontratação, a prática do mais alto padrão de ética durante todo o processo de licitação, de contratação e de execução do objeto contratual.

Para os propósitos desta declaração, definem-se as seguintes práticas:

- a) **“prática corrupta”**: oferecer, dar, receber ou solicitar, direta ou indiretamente, qualquer vantagem com o objetivo de influenciar a ação de servidor público no processo de licitação ou na execução de contrato;
- b) **“prática fraudulenta”**: a falsificação ou omissão dos fatos, com o objetivo de influenciar o processo de licitação ou de execução de contrato;
- c) **“prática colusiva”**: esquematizar ou estabelecer um acordo entre duas ou mais licitantes, com ou sem o conhecimento de representantes ou prepostos do órgão licitador, visando estabelecer preços em níveis artificiais e não-competitivos;
- d) **“prática coercitiva”**: causar dano ou ameaçar causar dano, direta ou indiretamente, às pessoas ou sua propriedade, visando influenciar sua participação em um processo licitatório ou afetar a execução do contrato;
- e) **“prática obstrutiva”**: destruir, falsificar, alterar ou ocultar provas em inspeções ou fazer declarações falsas aos representantes do organismo financeiro multilateral, com o objetivo de impedir materialmente a apuração de alegações de prática prevista neste edital; atos cuja intenção seja impedir materialmente o exercício do direito de o organismo financeiro multilateral promover inspeção.

Na hipótese de financiamento, parcial ou integral, por organismo financeiro multilateral, mediante adiantamento ou reembolso, este organismo imporá sanção sobre uma empresa ou pessoa física, inclusive declarando-a inelegível, indefinidamente ou por prazo determinado, para a outorga de Contratos financiados pelo organismo se, em qualquer momento, constatar o envolvimento da empresa, diretamente ou por meio de um agente, em práticas corruptas, fraudulentas, colusivas, coercitivas ou obstrutivas ao participar da licitação ou da execução um contrato financiado pelo organismo.

Considerando os propósitos das cláusulas acima, a licitante vencedora, como condição para a contratação, deverá concordar e autorizar que, na hipótese de o contrato vir a ser financiado, em parte ou integralmente, por organismo financeiro multilateral, mediante



adiantamento ou reembolso, permitirá que o organismo financeiro e/ou pessoas por ele formalmente indicadas possam inspecionar o local de execução do contrato e todos os documentos, contas e registros relacionados à licitação e à execução do contrato.

Local e data
Assinatura do representante legal



ANEXO IX - JUSTIFICATIVA DO ÍNDICE DE COMPROVAÇÃO DE BOA SITUAÇÃO FINANCEIRA DO LICITANTE

O Edital de Concorrência Pública, cujo objeto é a contratação de 02 (duas) Agências de Publicidade e 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 a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o intuito de atender ao direito à informação, de difundir ideias, princípios, iniciativas ou instituições ou de informar o público em geral, nas condições estabelecidas nas condições estabelecidas neste edital e seus anexos, exige, para comprovação da qualificação econômico-financeira, a apresentação do Balanço Patrimonial. O índice escolhido foi o de **Liquidez Geral, que devem apresentar resultado maior ou igual a 1,0**.

Esse índice mostra a base da situação financeira da empresa. A partir do confronto dos ativos circulantes com as dívidas, objetiva-se medir a solidez dessa base financeira.

Uma empresa com bom índice de liquidez tem capacidade de pagar suas dívidas e manter as condições de prestação dos serviços, cumprindo seus contratos.

O Índice de Liquidez Geral (LG) é calculado a partir da divisão da soma dos ativos circulante (AC) e realizável a longo prazo (RLP) pela soma dos passivos circulante (PC) e exigível a longo prazo (ELP). Sua função é indicar a liquidez da empresa no curto e longo prazo, por isso o nome Liquidez Geral. Quanto maior o resultado desse índice, melhor a situação da empresa.

Assim, a Administração escolheu o valor resultante **maior ou igual a 1,0**, por entender ser o mínimo a exigir de uma empresa para se manter um contrato, dentro de um nível de segurança e equilíbrio. Desta forma, atende plenamente a Lei Federal 14.133/2021 limitando-se a exigir índices que demonstrem a capacidade financeira dos licitantes com vistas ao compromisso a ser assumido para plena execução do contrato.


Emanuel Ângelo Pinheiro do Vale
Diretor Geral da Câmara Municipal de Fortaleza

ANEXO X – MINUTA DO TERMO DE CONTRATO

CONTRATO nº ____/2025

CONTRATO QUE ENTRE SI CELEBRAM A CÂMARA MUNICIPAL DE FORTALEZA E AS AGÊNCIAS DE PUBLICIDADE, ABAIXO QUALIFICADAS, PARA O FIM QUE NELE SE DECLARA

Processo Administrativo nº _____
Concorrência Presencial nº _____
Contrato nº ____/2025

CONTRATANTE: CÂMARA MUNICIPAL DE FORTALEZA, CNPJ nº 06.621.791/0001-53, com endereço na Rua Thompson Bulcão, nº 830, bairro Patriolino Ribeiro, Fortaleza – CE, CEP.: 60.810-460, representado neste ato pelo seu Diretor-Geral _____, inscrito no CPF sob o nº _____ residente e domiciliado nesta Capital.

CONTRATADAS: AGÊNCIA DE PUBLICIDADE 01, inscrita no CNPJ sob o nº xxxxxxxx, com sede em (ENDEREÇO COMPLETO), neste ato representada Pelo(a) sr(a).., profissão, inscrito(a) no CPF sob o nº xxxxxxx, domiciliado(a) (local), e a AGÊNCIA DE PUBLICIDADE 02, inscrita no CNPJ sob o nº xxxxxxxx, com sede em (ENDEREÇO COMPLETO), neste ato representada Pelo(a) sr(a).., profissão, inscrito(a) no CPF sob o nº xxxxxxx, domiciliado(a) (local), já qualificados nos autos do processo administrativo acima epigrafado, resolvem firmar o presente Contrato, decorrente do processo de Concorrência Presencial nº _____ – Câmara municipal de Fortaleza, a serem realizados na forma de execução indireta, sob o regime de empreitada por preço global, em conformidade com as disposições contidas na Lei nº 14.133/21, mediante as cláusulas e condições seguintes:

CLÁUSULA PRIMEIRA – DA FUNDAMENTAÇÃO E DOCUMENTOS VINCULADOS
1.1. O presente contrato tem como fundamento a Concorrência Presencial nº _____, e seus anexos, os preceitos do direito público, Lei Federal nº 14.133, de 1º de abril de 2021, Lei nº 4.680, de 18 de junho de 1965, Lei nº. 12.232, de 29 de abril de 2010, Decreto Federal nº 57.690, de 1º de fevereiro de 1966, das normas padrão da atividade publicitária e do relacionamento comercial entre anunciantes, agências de publicidade e veículos de comunicação, Código de Ética dos Profissionais de Propaganda, bem como Código Brasileiro de Autorregulamentação Publicitária e das disposições deste Edital e de seus anexos.

1.2. Independentemente de transcrição, passam a fazer parte deste contrato e a ele se integram em todas as cláusulas, termos e condições, o Edital da Concorrência Presencial nº _____ - Câmara municipal de Fortaleza e seus anexos, bem como as propostas das Contratadas.

1.3. A CONTRATANTE publicará o extrato resumido do presente Contrato no Diário Oficial do Município, nos termos da legislação aplicável.

CLÁUSULA SEGUNDA – DO OBJETO

2.1. O objeto do presente instrumento é a contratação de **02 (duas)** Agências de Publicidade e Propaganda, para 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 aos veículos e demais meios de divulgação, com o intuito de atender ao direito à informação, de difundir ideias, princípios, iniciativas ou instituições ou de informar o público em geral, para atender as necessidades da Câmara Municipal de Fortaleza - CMFOR, nas condições estabelecidas neste contrato, no Projeto Básico do edital e na proposta das CONTRATADAS.

2.2. Os serviços objeto deste contrato compreendem:

2.2.1. Como atividades complementares, que também integram o objeto da Contratação, os serviços especializados pertinentes:

2.2.1.1. 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.

2.2.1.2. À produção e à execução técnica das peças e projetos publicitários criados.

2.2.1.3. 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.

2.2.2. As pesquisas e outros instrumentos de avaliação previstos no subitem 2.2.1.1 terão a finalidade de:

- a) gerar conhecimento sobre o mercado ou o ambiente de atuação da Câmara municipal de Fortaleza, o público-alvo e os veículos de divulgação nos quais serão difundidas as campanhas ou peças;
- b) aferir o desenvolvimento estratégico, a criação e a divulgação de mensagens;
- c) possibilitar a mensuração dos resultados das campanhas ou peças, vedada a inclusão de matéria estranha ou sem pertinência temática com a ação publicitária.

2.2.3. Os serviços previstos no subitem 2.1 não abrangem as atividades de promoção, de patrocínio e de assessoria de comunicação, imprensa e relações-públicas e a realização de eventos festivos de qualquer natureza.

2.2.3.1. Não se incluem no conceito de patrocínio mencionado no subitem anterior o patrocínio de mídia ou em instalações, dispositivos e engenhos que funcionem como veículo de comunicação e o patrocínio de transmissão de eventos esportivos, culturais ou de entretenimento comercializados por veículo de comunicação.

2.2.4. Os serviços serão solicitados e executados indistintamente por qualquer uma das agências contratadas ficando assegurado a garantia de que o valor realizado por elas, individualmente, seja pelo menos igual a 30% (trinta por cento) da verba máxima disponibilizada para o exercício financeiro.

CLÁUSULA TERCEIRA – DA VIGÊNCIA E PRORROGAÇÃO

3.1. O prazo de vigência deste contrato é de 12 (doze) meses, contado da sua assinatura, prorrogável por até 10 (dez) anos, na forma do art. 106 e 107 c/c o art. 94 tudo da Lei nº 14.133/2021.

3.1.1. A prorrogação de que trata este subitem é condicionada ao atesto, pela autoridade competente, de que as condições e os preços permanecem vantajosos para a Administração, permitida a negociação com o CONTRATADO.

CLÁUSULA QUARTA - VALOR GLOBAL E DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA

4.1. O valor global deste Contrato é de até R\$ 15.000.000,00 (quinze milhões de reais).

4.2. As despesas decorrentes do objeto deste Contrato correrão por conta das seguinte dotação orçamentária:

Projeto/Atividade 01.031.0002.2783.0001 - MANUTENÇÃO DAS ATIVIDADES DO PODER LEGISLATIVO - Elemento de Despesa 33.90.39 – OUTROS SERVICOS DE TERCEIROS - PESSOA JURÍDICA. Fonte de Recurso 103 do orçamento da Câmara Municipal de Fortaleza – despesas administrativas.

CLÁUSULA QUINTA - OBRIGAÇÕES DAS CONTRATADAS

5.1. São obrigações das CONTRATADAS:

5.1.1. Operar como uma organização completa e fornecer serviços de elevada qualidade.

5.1.2. Realizar com seus próprios recursos ou, quando necessário, mediante a contratação de fornecedores de serviços especializados e veículos de comunicação e divulgação, todos os serviços relacionados com o objeto deste contrato, de acordo

com as especificações estipuladas pela CONTRATANTE.

5.1.2.1. Não será admitida a subcontratação de **agência de publicidade e propaganda** para execução dos serviços objeto deste contrato, conforme disposto em sua Cláusula Segunda, tais como planejamento, estudo, criação e concepção.

5.1.2.1.1. As CONTRATADAS poderão contratar terceiros para a execução, produção e distribuição de campanhas e de peças publicitárias.

5.1.3. Comprovar, no prazo máximo de 30 (trinta) dias corridos, a contar da data de assinatura deste instrumento, que possui, em Fortaleza/CE, estrutura completa (infraestrutura, recursos humanos e materiais) para o atendimento da CONTRATANTE, compatível com o volume e com a característica dos serviços a serem prestados. No tocante aos recursos humanos que ficarão exclusivamente a disposição da CONTRATANTE em Fortaleza, deverá ser representada, no mínimo, pelos seguintes profissionais:

- a) Um profissionais na área de atendimento;
- b) Um profissional na área de planejamento;
- c) Dois profissionais na área de criação;
- d) Um profissional nas áreas: de produção impressa, de produção eletrônica e de design/ computação gráfica;
- e) Um profissional na área de mídia.

5.1.3.1. A CONTRATADA se compromete a centralizar em Fortaleza/CE o comando da publicidade e marketing da CONTRATANTE.

5.1.3.2. A CONTRATADA, a seu critério, poderá utilizar-se da matriz ou de seus escritórios ou filiais em outras Unidades da Federação para serviços de planejamento, estudo e criação/concepção que venham a ser necessários, desde que garantidas as condições previamente acordadas.

5.1.3.3. A CONTRATADA se compromete a utilizar os profissionais indicados na Proposta Técnica, da Concorrência Presencial que deu origem a este Contrato, para fins de comprovação da capacidade de atendimento, na elaboração dos serviços objeto deste contrato, admitida sua substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior, desde que previamente aprovada pela CONTRATANTE.

5.1.3.4. A CONTRATADA manterá, à frente dos serviços, um representante credenciado (por escrito), o qual será responsável pela direção dos serviços contratados e representará a CONTRATADA perante a CONTRATANTE.

5.1.3.5. A infraestrutura e os recursos materiais disponíveis para a execução do contrato deverão ser comprovados mediante apresentação do título constitutivo de posse ou de propriedade da CONTRATADA (contrato de locação, de comodato, de



doação, de cessão de direitos ou escritura pública) e dos respectivos documentos contábeis que comprovem a propriedade dos mesmos por parte da CONTRATANTE.

5.1.4. Cumprir os prazos de execução dos serviços no desenvolvimento de cada ação, conforme as condições estabelecidas entre as partes, sob pena de aplicação das penalidades cabíveis.

5.1.5. Apresentar, no mínimo, 03 (três) cotações de preços obtidas entre fornecedores que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido para valores superiores ao disposto no art. 75, II da Lei Federal nº 14.133/2021. Quando não for possível obter o mínimo de 03 (três) cotações, a CONTRATADA deverá justificar o fato, por escrito, sujeito à aceitação pela CONTRATANTE. O valor dos serviços será orçado pela contratada em cada caso, em função dos custos respectivos, obedecendo-se, rigorosamente, sob pena de responsabilidade, sua compatibilidade com os preços de mercado, e serão submetidos à apreciação da CONTRATANTE que decidirá quanto à sua aprovação.

5.1.5.1. As cotações de preços deverão ser elaboradas em papel timbrado e conter, no mínimo, as seguintes informações:

- a) Razão Social;
- b) CNPJ;
- c) Endereço completo;
- d) Telefone, fax e e-mail para contato;
- e) Descrição detalhada do produto ou serviço cotado, quantidade, preço unitário e preço total;
- f) Local e data de emissão;
- g) Nome por extenso, assinatura, cargo e função de seu representante;
- h) Anexar o orçamento do fornecedor da cotação do preço devidamente assinado.

5.1.5.2. É facultado à CONTRATANTE sempre que achar necessário exigir que as cotações de preços apresentadas pelo CONTRATADO estejam acompanhadas dos seguintes documentos:

- a) Prova de inscrição no Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica – CNPJ/MF;
- b) Prova de inscrição no cadastro de contribuintes estadual ou municipal, se houver, relativa ao domicílio ou à sede do terceiro, pertinente ao seu ramo de atividade e compatível com o objeto da cotação;
- c) Prova de regularidade para com:
 - c.1.) Fazenda Federal (Certidão Conjunta de Débitos Relativos a Tributos Federais e à Dívida Ativa da União);
 - c.2.) Fazenda Estadual;
 - c.3.) Fazenda Municipal;
 - c.4.) INSS – Certidão Negativa de Débito/INSS;
 - c.5.) FGTS – Certificado de Regularidade do

FGTS;

c.6.) Trabalhista – Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas.

5.1.5.3. É facultado à CONTRATANTE realizar cotação de preço junto a outros fornecedores, observadas as mesmas especificações e as mesmas condições de cotação utilizadas pela CONTRATADA.

5.1.5.4. Todas as cotações formarão uma única base, da qual será escolhida e contratada a cotação de menor preço e/ou a de maior vantagem para a CONTRATANTE.

5.1.5.5. Sempre que o fornecimento de bens ou serviços tiver valor superior a 0,5% (cinco décimos por cento) do valor global do Contrato, a CONTRATADA procederá à coleta de orçamentos de fornecedores em envelopes fechados, que serão abertos em sessão pública, convocada e realizada sob fiscalização da CONTRATANTE.

5.1.6. Envidar esforços no sentido de obter as melhores condições de preços nas negociações junto a fornecedores e veículos de comunicação e divulgação e transferir ao CONTRATANTE as vantagens obtidas.

5.1.6.1. Pertencem ao CONTRATANTE as vantagens obtidas em negociação de compra de tempos e ou espaços publicitários diretamente ou por intermédio da CONTRATADA, incluídos os eventuais descontos e as bonificações na forma de tempo, espaço ou reaplicações que tenham sido concedidos por veículo de comunicação e divulgação.

5.1.6.1.1 O disposto no item 5.1.6.1 não abrange os planos de incentivo concedidos por veículos de comunicação e divulgação à CONTRATADA e a outras agências, nos termos do art. 18 da Lei 12.232/2010.

5.1.7. Negociar sempre as melhores condições de preço, até os percentuais máximos constantes dos subitens 8.2.1. e 8.2.2., da Cláusula Oitava, para os direitos autorais de imagem e de som de voz (atores e modelos) e sobre obras consagradas, nos casos de reutilizações de peças publicitárias da CONTRATANTE.

5.1.8. Obter da CONTRATANTE anuênciam prévia e por escrito de tudo o que vier a ser realizado por terceiros, responsabilizando-se pela boa execução dos serviços, seja qual for a forma de execução das atividades relacionadas ao objeto deste Contrato.

5.1.9. Ser responsável por orientar a produção dos materiais e das peças gráficas e eletrônicas, aprovadas pela CONTRATANTE, atestando a conformidade deste material com as especificações contidas no documento de autorização da ação.

5.1.10. Conferir (checking) os mapas de veiculação, fornecidos pelos veículos de comunicação, podendo valer-se de instrumentos verificadores de veiculação que se

prestem a esse fim.

5.1.11. Entregar, como comprovante de peça(s) produzida(s), exemplar(es) para arquivo, conforme quantidade a ser definida pela CONTRATANTE para cada tipo de item.

5.1.12. Fornecer à CONTRATANTE, sempre que solicitado, um caderno em formato A4, contendo o resumo da ação (produção e veiculação da campanha publicitária).

5.1.13. Produzir e entregar ao final de cada ano ou ao final da vigência deste contrato, o que ocorrer primeiro, em CD ou em DVD ou outro meio magnético adequado, portfólio dos trabalhos que realizou (período: 01/01 a 31/12 ou início da vigência a 31/12 ou 01/01 até o final da vigência) para a CONTRATANTE.

5.1.14. Produzir, após a aprovação do serviço pela CONTRATANTE, uma cópia BETACAM ou similar editável e uma em DVD ou outro meio magnético adequado de cada filme para TV; uma cópia, em DVD ou outro meio magnético adequado, de spots e jingles de rádio, de peças de internet, de anúncios para revistas ou para jornais e demais peças impressas. Além disso, fará a digitalização de todas as peças produzidas e encaminhará todo este material à CONTRATANTE, no prazo de até 10 (dez) dias úteis, a contar de sua finalização, conforme o serviço realizado pela contratada.

5.1.15. Registrar em Relatórios **semanais**, as demandas recebidas e as atividades realizadas pela CONTRATADA em relação a cada uma das ações em desenvolvimento, os Briefings e as reuniões subsequentes para o desenvolvimento de cada ação. Os relatórios semanais deverão ser assinados e enviados pela CONTRATADA à CONTRATANTE no dia acordado entre as partes. Se houver incorreção no registro dos assuntos tratados, a CONTRATANTE solicitará a necessária correção no prazo máximo de 02 (dois) dias úteis, a contar da data do recebimento dos respectivos relatórios.

5.1.16. Tomar providências, imediatamente, em casos de alterações, rejeições, cancelamentos ou interrupções de um ou mais serviços, mediante comunicação da CONTRATANTE, respeitadas as obrigações contratuais já assumidas com terceiros e os honorários da CONTRATADA pelos serviços realizados até a data dessas ocorrências, desde que não causadas pela própria CONTRATADA ou por terceiros por ela contratados.

5.1.17. Prestar esclarecimentos à CONTRATANTE sobre eventuais atos ou fatos desabonadores noticiados que envolvam a CONTRATADA, independentemente de solicitação.

5.1.18. Não utilizar o presente Contrato em qualquer operação financeira.

5.1.19. Cumprir todas as leis e posturas, federais, estaduais e municipais pertinentes e responsabilizar-se por todos os prejuízos decorrentes de infrações a que houver dado causa, bem assim, quando for o caso, a legislação estrangeira com relação a trabalhos realizados ou distribuídos no exterior.

5.1.20. Cumprir a legislação trabalhista e previdenciária com relação a seus empregados e, quando for o caso, com relação a empregados de terceiros contratados.

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

5.1.22. Responsabilizar-se por recolhimentos indevidos ou pela omissão total ou parcial nos recolhimentos de tributos que incidam ou venham a incidir sobre os serviços contratados.

5.1.23. Apresentar, quando solicitado pela CONTRATANTE, a comprovação de estarem sendo satisfeitos todos os seus encargos e obrigações trabalhistas, previdenciários e fiscais.

5.1.24. Administrar e executar todos os contratos, tácitos ou expressos, firmados com terceiros, bem como responder por todos os efeitos desses contratos perante terceiros e com a própria CONTRATANTE.

5.1.25. Manter, durante a execução deste contrato, todas as condições de habilitação exigidas na Concorrência Presencial que deu origem a este Contrato.

5.1.26. Exigir de terceiros em casos de contratação para a execução, total ou parcial, de serviços estipulados neste instrumento, as mesmas condições do presente contrato, inclusive a regularidade fiscal prevista no Art. 68 da Lei nº 14.133/2021.

5.1.27. Responder perante a CONTRATANTE e terceiros por eventuais prejuízos e danos decorrentes de sua demora ou de sua omissão, na condução dos serviços de sua responsabilidade, na veiculação de publicidade ou por erro seu em quaisquer serviços objeto deste contrato.

5.1.28. Responsabilizar-se por quaisquer ônus decorrentes de omissões ou de erros na elaboração de estimativa de custos e que redundem em aumento de despesas ou em perda de descontos para a CONTRATANTE.

5.1.29. 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, bem como se obrigar por quaisquer responsabilidades decorrentes de ações judiciais que lhes venham a ser atribuída por força de lei, relacionadas com o cumprimento do presente Contrato.

5.1.30. Se houver ação trabalhista envolvendo os serviços prestados, a CONTRATADA adotará as providências necessárias no sentido de preservar a CONTRATANTE e de mantê-la a salvo de reivindicações, demandas, queixas ou representações de qualquer natureza e, não o conseguindo, se houver condenação, reembolsará à CONTRATANTE as importâncias que esta tenha sido obrigada a pagar, dentro do prazo improrrogável de 10 (dez) dias úteis a contar da data do efetivo pagamento.

5.1.31. Responder por qualquer ação, de qualquer natureza, em âmbito administrativo, ou ação judicial, movida por terceiros com base na legislação de proteção à propriedade intelectual, direitos de propriedade ou direitos autorais, relacionadas com os serviços objeto deste Contrato.

5.1.32. As responsabilidades imputadas à CONTRATADA, por prejuízos decorrentes de ações delitivas perpetradas contra a CONTRATANTE, não cessam com a rescisão deste contrato.

5.1.33. Aceitar, nas mesmas condições contratuais, acréscimos ou supressões que se fizerem necessárias, em até 25% (vinte e cinco por cento) do valor inicial atualizado deste Contrato previsto na Cláusula Quarta, facultada a supressão além desse limite, mediante acordo entre as partes, devidamente comprovado.

5.1.34. Manter acervo comprobatório da totalidade dos serviços prestados e das peças publicitárias produzidas, durante o período mínimo de 05 (cinco) anos após a extinção do presente Contrato.

5.1.35. É de responsabilidade da CONTRATADA estar em conformidade com os fundamentos da Lei nº 13.709 de 14 de agosto de 2018, Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD), no que tratar-se da manipulação dos dados da CONTRATANTE e de terceiros, em sua criptografia, armazenamento e demais tratativas resguardando os dados utilizados;

5.1.36. Assumir total responsabilidade pelo sigilo das informações, dados, contidos em quaisquer mídias e documentos que seus empregados ou prepostos vierem a obter em função dos serviços prestados à CONTRATANTE, respondendo pelos danos que eventual vazamento de informações, decorrentes de ação danosa ou culposa, nas formas de negligência, imprudência ou imperícia, venha a ocasionar à CONTRATANTE.

5.1.37. Fica vedado o tratamento de dados pessoais sensíveis por parte da CONTRATADA com objetivo de obter vantagem econômica de qualquer espécie, com exceção daquelas hipóteses previstas no parágrafo 4º do art. 11 da Lei Federal nº 13.709, de 14 de agosto de 2018;

5.1.38. A CONTRATADA se compromete a zelar pelo tratamento dos dados pessoais dos titulares das pessoas naturais vinculadas à CONTRATANTE, sem prejuízo de qualquer responsabilidade, admitindo-se o tratamento nas hipóteses de consentimento específico e destacado por termo de compromisso e ou nas hipóteses previstas nos incisos II a X do art. 7º da Lei Federal nº 13.709, de 14 de agosto de 2018.

5.1.39. Acatar as orientações da Contratante, sujeitando-se à mais ampla e irrestrita fiscalização, prestando os esclarecimentos solicitados e atendendo às reclamações formuladas.

5.1.40. Cumprir as exigências de reserva de cargos para pessoa com deficiência e para reabilitado da Previdência Social, previstas em lei e em outras normas específicas.

5.1.41. Providenciar a substituição de qualquer profissional envolvido na execução do objeto contratual cuja conduta seja considerada indesejável pela fiscalização da Contratante.

5.1.42. A CONTRATADA não poderá justificar o descumprimento de qualquer obrigação por inadequação de seu planejamento ou por falta de recursos.

CLÁUSULA SEXTA - OBRIGAÇÕES DA CONTRATANTE

6.1. Exigir o cumprimento de todas as obrigações assumidas pelo contratado, de acordo com este instrumento e seus anexos;

6.2. Receber o objeto no prazo e condições estabelecidas neste Termo;

6.3. Notificar o contratado, por escrito, sobre vícios, defeitos ou incorreções verificadas no objeto contratado, para que seja por ele substituído, reparado ou corrigido, no total ou em parte, às suas expensas;

6.4. Acompanhar e fiscalizar a execução do contrato e o cumprimento das obrigações pelo contratado;

6.5. Comunicar o contratado para emissão de nota fiscal relativa à parcela incontroversa da execução do objeto, para efeito de liquidação e pagamento, quando houver controvérsia sobre a execução do objeto, quanto à dimensão, qualidade e quantidade, conforme o art. 143 da Lei nº 14.133/2021;

- 6.6. Efetuar o pagamento ao contratado do valor correspondente a execução do objeto, no prazo, forma e condições estabelecidos neste termo;
- 6.7. Aplicar as sanções previstas na lei e edital, quando do descumprimento de obrigações pelo contratado;
- 6.8. Emitir explicitamente decisão sobre todas as solicitações e reclamações relacionadas à execução do contrato, ressalvados os requerimentos manifestamente impertinentes, meramente protelatórios ou de nenhum interesse para a boa execução do contrato.
- 6.8.1. A Administração terá o prazo de 30 dias, a contar da data do protocolo do requerimento para decidir, admitida a prorrogação motivada, por igual período.
- 6.9. Responder eventuais pedidos de restabelecimento do equilíbrio econômico-financeiro feitos pelo CONTRATADO no prazo máximo de 30 dias.
- 6.10. Não responder por quaisquer compromissos assumidos pelo CONTRATADO com terceiros, ainda que vinculados à execução do contrato, bem como por qualquer dano causado a terceiros em decorrência de ato do CONTRATADO, de seus empregados, prepostos ou subordinados.

CLÁUSULA SÉTIMA - FISCALIZAÇÃO E ACEITAÇÃO

- 7.1. A CONTRATANTE fiscalizará a execução dos serviços contratados e verificará o cumprimento das especificações técnicas, podendo rejeitá-los, no todo ou em parte, quando não corresponderem ao desejado ou especificado.
 - 7.1.1. A fiscalização dos serviços será exercida pelo fiscal do contrato, ou por preposto devidamente credenciado, que terá poderes, entre outros, para notificar a CONTRATADA sobre as irregularidades ou as falhas que porventura venham a ser encontradas na execução deste Contrato.
 - 7.2. A fiscalização pela CONTRATANTE em nada restringe a responsabilidade, única, integral e exclusiva, da CONTRATADA pela perfeita execução dos serviços.
 - 7.2.1. A ausência de comunicação por parte da CONTRATANTE, referente a irregularidades ou falhas, não exime a CONTRATADA das responsabilidades determinadas neste Contrato.
 - 7.3. A CONTRATADA somente poderá executar qualquer tipo de serviço após a aprovação formal da CONTRATANTE.
 - 7.3.1 Não será permitido a CONTRATADA declinar de nenhuma solicitação dos serviços previstos na Cláusula Segunda deste CONTRATO.

7.4. A não-aceitação de algum serviço, no todo ou em parte, não implicará a dilação do prazo de entrega, salvo expressa concordância da CONTRATANTE.

7.5. A CONTRATADA adotará as providências necessárias para que qualquer serviço, incluído o de veiculação, considerado não aceitável, no todo ou em parte, seja refeito ou reparado, a sua expensa e nos prazos estipulados pela fiscalização.

7.6. A aprovação dos serviços executados pela CONTRATADA ou por seus contratados não a desobrigará de sua responsabilidade quanto à perfeita execução dos serviços contratados.

7.7. A CONTRATADA permitirá e oferecerá condições para a mais ampla e completa fiscalização, durante a vigência deste Contrato, fornecendo informações, propiciando o acesso à documentação pertinente e aos serviços em execução e atendendo às observações e às exigências apresentadas pela fiscalização.

7.8. A CONTRATADA se obriga a permitir que a auditoria interna da CONTRATANTE ou auditoria externa por ela indicada tenham acesso a todos os documentos que digam respeito aos serviços prestados à CONTRATANTE.

7.9. À CONTRATANTE é facultado o acompanhamento de todos os serviços objeto deste Contrato, juntamente com um representante credenciado pela CONTRATADA.

7.10. A CONTRATANTE realizará, semestralmente, avaliação da qualidade do atendimento, do nível técnico dos trabalhos e dos resultados concretos dos esforços de comunicação sugeridos pela CONTRATADA, da diversificação dos serviços prestados e dos benefícios decorrentes da política de preços por ela praticada.

7.10.1. A avaliação semestral será considerada pela CONTRATANTE para aquilatar a necessidade de solicitar à CONTRATADA que melhore a qualidade dos serviços prestados para decidir sobre a conveniência de prorrogar ou, a qualquer tempo, rescindir o presente Contrato; para fornecer, quando solicitado pela CONTRATADA, declarações sobre seu desempenho, a fim de servir de prova de capacitação técnica em licitações.

CLÁUSULA OITAVA – REMUNERAÇÃO

8.1. Pelos serviços prestados, a CONTRATADA será remunerada da seguinte forma:

8.1.1. (Percentual de desconto conforme definido na Proposta apresentada) sobre os custos internos, baseados na tabela de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Ceará.

8.1.2. (Percentual de honorários conforme definido na Proposta apresentada) referentes à produção de peças e de materiais decorrentes do estudo ou de criação

intelectual da agência contratada e sob sua supervisão cuja distribuição não proporcione à Licitante o desconto padrão de agência concedido pelos veículos de divulgação, incidente sobre os custos de serviços realizados por terceiros.

8.1.3. (Percentual de honorários conforme definido na Proposta apresentada) incidentes sobre os custos de outros serviços realizados por terceiros, referentes a pesquisas de pré-teste e pós-teste – vinculadas à concepção e criação de campanhas e peças publicitárias – e à elaboração de marcas, de expressões de propaganda, de logotipos e de outros elementos de comunicação visual.

8.2. Em relação aos direitos autorais:

8.2.1. À atores e modelos, em relação ao cachê original, pelos direitos de uso de imagem e de som de voz, na reutilização de peças por período igual ao inicialmente pactuado, a CONTRATANTE pagará no **máximo 50% do valor contratado**.

8.2.2. Aos detentores dos direitos patrimoniais de uso de obras consagradas, incorporadas a peças, em relação ao valor original da cessão desses direitos, na reutilização das peças por período igual ao inicialmente pactuado, a CONTRATANTE **pagará no máximo 50% do valor** contratado.

8.2.3. Em relação aos subitens 8.2.1. e 8.2.2.:

8.2.3.1. O valor inicialmente contratado poderá ser reajustado, mediante aplicação do Índice de Preços ao Consumidor Ampliado – IPCA (IBGE), desde que decorrido pelo menos um ano da assinatura do instrumento contratual, mediante solicitação da CONTRATADA.

8.2.3.2. Quando da reutilização de peças por período inferior ao inicialmente contratado, o limite máximo que a CONTRATANTE se propõe a pagar será obtido dividindo-se o valor total originalmente pago pelo número de meses contratados, para em seguida, multiplicar-se o valor correspondente a um mês pelo número de meses que será renovado.

8.2.3.3. A CONTRATADA se compromete a sempre negociar as melhores condições de preço.

8.3. A CONTRATADA não fará jus:

8.3.1. Às despesas com deslocamento (passagens aéreas e terrestres, hospedagens, alimentação) de seus profissionais ou de seus representantes.

CLÁUSULA NONA – DESCONTO DE AGÊNCIA

9.1. Além da remuneração prevista na Cláusula Oitava, a CONTRATADA fará jus ao desconto de agência – à base de um percentual bruto de 20% (vinte por cento) dos

preços de tabela ou dos preços acertados para veiculação, prevalecendo sempre o menor dos dois – concedido pelos veículos de comunicação, em conformidade com o art. 11, da Lei nº. 4.680/65, e com o art. 11, do Decreto nº. 57.690/66.

CLÁUSULA DÉCIMA - DIREITOS AUTORAIS

10.1. A CONTRATADA cede à CONTRATANTE, de forma total e definitiva, os direitos patrimoniais de uso das ideias (incluídos estudos, análises e planos), peças, campanhas e demais materiais de publicidade, de sua propriedade, concebidos, criados ou produzidos em decorrência deste Contrato, não cabendo remuneração adicional ou especial, mesmo depois de encerrada a vigência deste Contrato.

10.1.1. O valor dessa cessão é considerado incluso nas modalidades de remuneração definidas neste contrato.

10.1.2. A CONTRATANTE poderá, a seu juízo, utilizar referidos direitos diretamente ou por intermédio de terceiros, com ou sem modificações, durante a vigência deste Contrato e mesmo após seu término ou eventual rescisão, sem que lhe caiba qualquer ônus perante a CONTRATADA.

10.1.3. A critério da CONTRATANTE, as peças criadas pela CONTRATADA poderão ser reutilizadas por outros órgãos, entidades ou sociedades integrantes da estrutura do Poder Legislativo Municipal, sem que caiba à CONTRATANTE qualquer ônus perante a CONTRATADA.

10.2. Em todas as contratações que envolvam direitos de terceiros, a CONTRATADA solicitará de cada terceiro 02 (dois) orçamentos para execução do serviço, 01 (um) de cessão de direitos por tempo limitado e outro de cessão total e definitiva de tais direitos, para que a CONTRATANTE escolha uma das opções.

10.2.1. Nos casos de cessão por tempo limitado, a CONTRATADA condicionará a contratação do serviço por período indicado pela CONTRATANTE e utilizará os trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos autorais e conexos dentro dos limites estipulados no respectivo ato de cessão.

10.2.2. Quando a CONTRATANTE optar pela execução dos serviços com a cessão total e definitiva, a CONTRATADA se compromete a fazer constar dos ajustes que vier a celebrar com terceiros - para a produção de peças e de campanhas e a prestação de outros serviços - cláusulas escritas que:

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

b) Estabeleçam que a CONTRATANTE poderá, a seu juízo, utilizar referidos direitos, diretamente ou por intermédio de terceiros, com ou sem modificações, durante a

vigência deste Contrato e mesmo após seu término ou eventual rescisão, sem que lhe caiba qualquer ônus perante os cedentes desses direitos.

10.3. Qualquer remuneração devida em decorrência da cessão - definitiva ou por tempo limitado - será sempre considerada como já incluída no custo de produção.

10.4. A CONTRATADA se compromete a fazer constar, em destaque, em todos os orçamentos de produção, os custos dos cachês, os de cessão de direito de uso de obra(s) consagrada (s), incorporada(s) à peça e os de cessão dos demais direitos.

10.5. A CONTRATADA se compromete a fazer constar dos respectivos ajustes que vier a celebrar com terceiros, nos casos de tomadas de imagens sob a forma de reportagens, documentários e outras, que não impliquem direitos de uso de imagem e de som de voz, cláusulas escritas estabelecendo:

- a) Que à CONTRATANTE serão entregues duas cópias, uma em BETACAM ou similar editável e a outra digitalizada, de todo material bruto produzido.
- b) Que a CONTRATANTE poderá, a seu juízo, utilizar a cessão dos direitos patrimoniais de uso desse material diretamente ou por intermédio de terceiros, com ou sem modificações, durante a vigência deste Contrato e mesmo após seu término ou eventual rescisão, sem que lhe caiba qualquer ônus perante os cedentes desses direitos.
- c) Que qualquer remuneração devida em decorrência dessa cessão será sempre considerada como já incluída no custo de produção.

10.6. A CONTRATANTE será a única e exclusiva proprietária dos resultados oriundos do cumprimento do presente contrato, sejam tais resultados passíveis ou não de proteção do Direito de Propriedade Intelectual.

10.7. É garantido à CONTRATANTE o direito de titularidade sobre o resultado privilegiável da propriedade intelectual, oriundo da execução do objeto contratual, respeitados os direitos garantidos à CONTRATADA ou a terceiros, antes da assinatura do presente contrato.

10.8. Fica garantida à CONTRATANTE a apropriação dos direitos patrimoniais e conexos, inclusive do uso e da exploração econômica sobre os resultados decorrentes da execução do objeto contratual, que importem em direitos autorais, respeitada a nomeação do autor.

10.9. A CONTRATANTE, a seu critério, poderá aproveitar, para veiculação, peças produzidas para outros órgãos, entidades ou sociedades integrantes do Poder Legislativo Estadual. Nesses casos, quando couber, a CONTRATADA ficará responsável pelo acordo comercial com os eventuais detentores dos direitos das peças.

CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA - CONDIÇÕES DE PAGAMENTO

11.1. 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 referente a demanda dos serviços, oriundos do mês anterior, com o respectivo acompanhamento de seus comprovantes de realização.

11.2. Os documentos de cobrança da CONTRATADA, compostos de sua Fatura com a respectiva Nota Fiscal do terceiro, acompanhada dos comprovantes dos respectivos serviços prestados, serão liquidados por meio de transferência bancária, através de conta de titularidade da CONTRATADA.

11.2.1 Encontram-se dentro da excepcionalidade à exigência do item 11.2, os comprovadamente isentos na forma da Lei;

11.3. Quaisquer alterações nos dados bancários deverão ser comunicadas à CONTRATANTE, ficando sob inteira responsabilidade da CONTRATADA os prejuízos decorrentes de pagamentos incorretos devido à falta de informação.

11.4. O CNPJ que deverá constar nas Faturas apresentadas e na conta corrente utilizada para pagamento à CONTRATADA deverá ser o mesmo CNPJ que a CONTRATADA utilizou neste contrato.

11.5. O CNPJ que deverá constar das Notas Fiscais dos fornecedores deverá ser o mesmo da cotação de preços que norteou a contratação.

11.6. Nos documentos fiscais da CONTRATADA, referentes ao pagamento de terceiros, deverá constar, necessariamente, o número deste contrato; o número do documento que autorizou a veiculação ou produção do serviço; a razão social do fornecedor com seu respectivo CNPJ; e os dados bancários apresentados pela CONTRATADA.

11.7. Correrão por conta da CONTRATADA o ônus do prazo de compensação e todas as despesas bancárias decorrentes da transferência de crédito.

11.8. Os pagamentos serão efetuados após o recebimento dos serviços, mediante apresentação de Nota(s) Fiscal(is)/Fatura(s), após o atesto pela CONTRATANTE, a qual acontecerá da seguinte forma:

11.8.1. Veiculação: em até 30 (trinta) dias após o mês de veiculação, mediante apresentação dos documentos de cobrança da CONTRATADA e dos veículos, tabelas de preços dos veículos e respectivos comprovantes de veiculação;

11.8.2. Produção: em até 30 (trinta) dias após o mês de produção, mediante apresentação dos documentos de cobrança da CONTRATADA e dos fornecedores,

demonstrativos de despesas e respectivos comprovantes;

11.8.3. Outros serviços: realizados por terceiros nos vencimentos previamente ajustados com a CONTRATANTE, mediante a entrega dos serviços solicitados, dos documentos de cobrança da CONTRATADA e dos fornecedores e respectivos comprovantes.

11.8.4. Para fins de pagamento, a CONTRATADA deverá apresentar, de sua pessoa jurídica e dos fornecedores a que se referem, juntamente com a Nota(s) Fiscal(is)/Fatura, os seguintes documentos:

- a) Certidão Negativa de Débito do INSS;
- b) Certificado de Regularidade com o Fundo de Garantia do Tempo de Serviço – FGTS;
- c) Certidão Conjunta de Regularidade com a Fazenda Federal (Quitação de Tributos e Contribuições Federais e Dívida Ativa da União da Fazenda Federal), Estadual e Municipal nos seus respectivos órgãos;
- d) Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas.

11.8.5. A não apresentação da Certidão Negativa de Débito do INSS, do Certificado de Regularidade do FGTS e da Certidão Negativa de Débito (CND) relativa aos Tributos Federais, Estaduais e Municipais, bem como a Certidão Negativa de Débitos Trabalhista ou a irregularidade destas, devendo a CONTRATADA ser comunicada quanto à necessidade de apresentação e/ou regularização de tais documentos em até 30 (trinta) dias.

11.8.6. Decorrido o prazo acima, persistindo a irregularidade, este Contrato poderá ser rescindido, sem prejuízo das demais penalidades cabíveis, no caso de as certidões se referirem à pessoa jurídica da CONTRATADA. Caso se referirem à pessoa jurídica dos fornecedores emitentes das Notas Fiscais, a CONTRATADA será notificada para não mais agenciá-los, até que a situação fiscal dos mesmos esteja regularizada.

11.8.7. Deflagrada a situação do item anterior, fica facultado à CONTRATANTE oficiar a ocorrência ao INSS, no caso da CND/INSS, à Caixa Econômica Federal, no caso do CRF, aos órgãos competentes, no caso de CND relativa aos Tributos Federais, Estaduais e Municipais e ao Ministério Público do Trabalho no caso dos Tributos Trabalhistas.

11.8.8. Caso o serviço, objeto deste Contrato, seja recusado ou o documento fiscal apresente alguma incorreção, será considerado como não entregue e o prazo de pagamento será contado a partir da data de regularização, observado o prazo disposto no subitem 11.7. deste Contrato.

11.8.9. A CONTRATANTE efetuará as retenções dos tributos incidentes no faturamento, de acordo com a legislação vigente.

11.9. Todos os documentos de cobrança e demais documentos necessários para a efetivação de pagamento pela CONTRATANTE, deverão ser encaminhados ao endereço a seguir: Rua Dr. Thompson Bulcão, 830, Luciano Cavalcante, CEP:60.810-460, Fortaleza – Ceará, para a Coordenadoria de Comunicação Social.

11.10. Ocorrendo atraso de pagamento por culpa da CONTRATANTE, será procedida a atualização monetária decorrente desse atraso, com base na variação *pro rata tempore* dos IGP-M (FGV), verificado entre a data prevista para o pagamento e a data em que o mesmo for efetivado.

11.11. A CONTRATANTE não acatará a cobrança por meio de duplicatas ou qualquer outro título, em bancos ou outras instituições do gênero.

11.12. Os pagamentos efetuados pela CONTRATANTE não isentam a CONTRATADA de suas obrigações e responsabilidades assumidas.

11.13. A CONTRATANTE não pagará nenhum acréscimo por atraso de pagamento decorrente de fornecimento de serviços, por parte da CONTRATADA, com ausência total ou parcial da documentação hábil ou pendente de cumprimento de quaisquer cláusulas constantes deste contrato.

11.14. A CONTRATANTE não pagará, sem que tenha autorizado prévia e formalmente, nenhum compromisso que lhe venha a ser cobrado diretamente por terceiros, sejam ou não instituições financeiras.

11.15. Os eventuais encargos financeiros, processuais e outros, decorrentes da inobservância, pela CONTRATADA, de prazos de pagamento, serão de sua exclusiva responsabilidade.

11.16. A CONTRATADA apresentará cópias dos documentos fiscais que comprovem os pagamentos feitos a terceiros, até o 5º dia útil do mês subsequente ao do pagamento realizado pela CONTRATANTE.

CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA - GARANTIA DE EXECUÇÃO CONTRATUAL

12.1. Após a adjudicação do objeto do certame e até a data da contratação, a licitante vencedora deverá prestar garantia contratual correspondente a 5% (cinco por cento) sobre o valor do contrato, em conformidade com o disposto no art. 96 da Lei Federal nº 14.133/2021, vedada à prestação de garantia através de Títulos da Dívida Agrária.

12.2. Na garantia deverá estar expresso prazo de validade superior a 90 (noventa) dias do prazo contratual.

12.3. A garantia prestada será liberada ou restituída após a fiel execução do contrato ou após a sua extinção por culpa exclusiva da Administração e, quando em dinheiro, atualizada monetariamente, conforme dispõe o art. 100 da Lei Federal nº 14.133/2021.

12.4. A não prestação de garantia equivale à recusa injustificada para a contratação, caracterizando descumprimento total da obrigação assumida, ficando a adjudicatária sujeita às penalidades legalmente estabelecidas, inclusive multa.

12.5. Na ocorrência de acréscimo contratual de valor, deverá ser prestada garantia proporcional ao valor acrescido, nas mesmas condições estabelecidas no subitem 16.1. deste edital.

CLÁUSULA DÉCIMA TERCEIRA – SIGILO

13.1. A CONTRATADA somente poderá divulgar informações acerca da prestação dos serviços objeto deste contrato, que envolva o nome da CONTRATANTE, mediante sua prévia e expressa autorização.

13.2. Manter, por si, por seus prepostos e contratados, irrestrito e total sigilo sobre quaisquer dados que lhe sejam fornecidos, sobretudo quanto à estratégia de atuação da CONTRATANTE, mesmo após o término deste Contrato.

13.2.1. A infração a este dispositivo implicará a rescisão imediata deste contrato nos termos da Lei nº 14.133/2021, e sujeitará a CONTRATADA às penas cabíveis e às indenizações por perdas e danos previstos na legislação ordinária.

CLÁUSULA DÉCIMA QUARTA - SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

14.1. Pela inexecução total ou parcial deste Contrato, a CONTRATANTE poderá aplicar à CONTRATADA, sem prejuízo da reparação dos danos causados, as seguintes sanções:

14.1.1. Advertência: será aplicada quando ocorrer o descumprimento das obrigações assumidas, podendo ser cumulada com outra penalidade;

14.1.2. Multa: será aplicada nos seguintes casos:

14.1.2.1. O atraso injustificado na execução deste Contrato sujeitará a CONTRATADA à multa de mora, na forma a seguir, garantida a defesa prévia:

a) Atraso na implantação da estrutura em Fortaleza/CE, conforme subitem 5.1.3. deste Contrato, a contar do 31º (trigésimo primeiro) dia da data da assinatura deste contrato: em 0,01% (um centésimo por cento) sobre o valor global deste contrato, por dia de atraso, até o 60º (sexagésimo) dia.

b) Atraso na implantação da estrutura em Fortaleza/CE, conforme subitem 5.1.3. deste Contrato, a contar do 61º (sexagésimo primeiro) dia da data da assinatura deste contrato: em 0,1% (um décimo por cento) sobre o valor global deste contrato, por dia de atraso.

c) Atraso na alocação dos profissionais pontuados tecnicamente na estrutura em

Fortaleza/CE, conforme subitem 5.1.3.3. deste Contrato, a contar do 31º (trigésimo primeiro) dia da data da assinatura deste contrato: em 0,01% (um centésimo por cento) sobre o valor global deste contrato, por profissional faltante e por dia de atraso, até o 60º (sexagésimo) dia.

d) Atraso na alocação dos profissionais pontuados tecnicamente na estrutura em Fortaleza/CE, conforme subitem 5.1.3.3. deste Contrato, a contar do 61º (sexagésimo primeiro) dia da data da assinatura deste contrato: em 0,1% (um décimo por cento) sobre o valor global deste contrato, por profissional faltante e por dia de atraso.

e) Atraso na apresentação/atualização da garantia de execução contratual, estabelecida neste Contrato (Cláusula Décima Segunda): em 1% (um por cento) do valor total da garantia prestada, por dia de atraso, conforme subitem 12.1. deste contrato, até o limite de 10 (dez) dias úteis.

f) Ocorrência de atrasos em qualquer outro prazo previsto neste instrumento não abrangidos pelas alíneas anteriores: em 0,01% (um centésimo por cento) do valor global deste instrumento, por dia de atraso.

14.1.2.2. Pela inexecução total ou parcial serão aplicadas multas na forma a seguir, garantida a prévia defesa:

a) Quando a CONTRATADA incorrer em alguma das hipóteses das alíneas “a” a “j” do subitem 15.1.1. deste Contrato (rescisão unilateral): em 10% (dez por cento) do valor global atualizado deste Contrato.

b) Não-apresentação/atualização da garantia de execução contratual, após o limite de prazo constante na alínea “e” do subitem 14.1.2.1. na forma estabelecida neste Contrato: em 50% (cinquenta por cento) do valor total da garantia prestada, conforme subitem 12.1. deste Contrato, sem prejuízo da rescisão contratual e demais penalidades previstas neste Contrato.

c) Pela não-mantenção das condições de habilitação e qualificação exigidas na licitação, conforme subitem 5.1.26 deste Contrato: em 10% (dez por cento) sobre o valor global atualizado deste Contrato, sem prejuízo da rescisão contratual e demais penalidades previstas neste Contrato.

d) Utilizar o presente Contrato em qualquer operação financeira, conforme subitem 5.1.18 deste Contrato: em 10% (dez por cento) do valor global atualizado deste Contrato, sem prejuízo da rescisão contratual e demais penalidades previstas neste Contrato.

e) Ocorrência de quaisquer outros tipos de descumprimento contratual não abrangidos pelas alíneas anteriores: em 0,1% (um décimo por cento) do valor global atualizado deste Instrumento para cada evento.

14.1.2.3. As multas previstas nos subitens 14.1.2.1. e 14.1.2.2. são independentes entre si, podendo ser aplicadas isoladas ou cumulativamente, ficando, porém, o total das multas do subitem 14.1.2.1 limitado a 20% (vinte por cento) do valor total atualizado deste Contrato, sendo que, acima desse percentual a CONTRATADA ficará sujeita à rescisão contratual.

14.1.2.4. Em caso de descumprimento deste Contrato, além das multas de mora, a CONTRATADA responderá por quaisquer danos e prejuízos sofridos pela CONTRATANTE.

14.1.2.5. Não serão aplicadas multas decorrentes de casos fortuitos ou força maior ou razões de interesse público, devidamente comprovados.

14.1.2.6. O valor da multa e os prejuízos causados pela CONTRATADA serão executados pela CONTRATANTE, nos termos das alíneas “a”, “b” e “c” do subitem 15.6 deste Contrato.

14.1.2.7. Suspensão temporária de participação em licitação e impedimento de contratar com a CONTRATANTE pelo período não superior a 02 (dois) anos, nos seguintes casos, dentre outros:

- a) Não-manutenção de situação regular em relação à Documentação de Habilitação;
- b) Se a CONTRATADA der causa à rescisão unilateral deste Contrato, por descumprimento de suas obrigações;
- c) Apresentação de documentos falsos ou adulterados;
- d) Cometimento de falhas ou fraudes na execução deste Contrato.

14.1.2.8. A suspensão temporária de participação em licitação e impedimento de contratar com a CONTRATANTE, também, poderá ser aplicada nos casos previstos nas alíneas do subitem 14.1.2.2.

14.1.2.9. Declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com a Administração Pública, enquanto perdurarem os motivos determinantes da punição ou até que seja promovida a reabilitação perante a própria autoridade que aplicou a penalidade, que será concedida sempre que a CONTRATADA ressarcir a Administração pelos prejuízos resultantes e após decorrido o prazo da sanção, previsto na Lei nº 14.133/2021, que será aplicada, também, nos seguintes casos:

- a) Tenha sofrido condenação definitiva por praticar, por meios dolosos, fraude fiscal no recolhimento de quaisquer tributos;
- b) Tenha praticado atos ilícitos, visando a frustrar os objetivos da contratação;
- c) Demonstre não possuir idoneidade para contratar com a Administração Pública.

14.2. As penalidades serão aplicadas com observância aos princípios da ampla defesa e do contraditório.

14.3. As sanções previstas no subitem 14.1.1. poderá ser aplicada juntamente com a do subitem 14.1.2., facultada a defesa prévia da CONTRATADA, no prazo de 05 (cinco) dias úteis, a contar do recebimento da comunicação das mesmas, cujas razões, em sendo procedentes, poderão isentá-la das penalidades; caso contrário, aplicar-se-á a sanção cabível.

14.4. Da aplicação das penalidades previstas nesta Cláusula caberá recurso.

14.4.1. O recurso será dirigido à autoridade superior, por intermédio da que praticou o ato recorrido, a qual poderá reconsiderar sua decisão, no prazo de 05 (cinco) dias úteis, ou, neste mesmo prazo, fazê-lo subir, devidamente informado, devendo, neste caso, a decisão ser proferida em 05 (cinco) dias úteis contados do recebimento do recurso, pela autoridade superior, sob pena de responsabilidade.

14.5. O valor das multas e os prejuízos causados à CONTRATANTE poderão ser descontados da garantia constituída, do valor da fatura de quaisquer serviços referentes ao presente contrato, cobrado diretamente ou, ainda, quando for o caso, cobrado judicialmente da CONTRATADA.

14.6. A CONTRATADA desde logo autoriza a CONTRATANTE a descontar dos valores por ele devidos o montante das multas a ela aplicadas.

14.7. O pagamento das multas não eximirá a contratada de ser ação judicialmente pela responsabilidade civil derivada de perdas e danos junto à contratante, decorrentes das infrações porventura cometidas, inclusive pela inobservância do disposto na Lei 13.709/2018 (LGPD), na forma abaixo estipulada:

14.7.1. Multa de 10% (dez por cento) sobre o valor total do CONTRATO, na hipótese de descumprimento da obrigação de zelo no tratamento dos dados pessoais da pessoa natural vinculada ao CONTRATANTE, ou em caso de tratamento de dados sem o consentimento específico e destacado por termo de compromisso, ou outra irregularidade havida no cumprimento do CONTRATO, por culpa da **CONTRATADA**, quando for o caso.

14.7.2. Multa de 20% (vinte por cento) sobre o valor total do CONTRATO, na hipótese de tratamento de dados pessoais sensíveis com o objetivo de obter vantagem econômica, ou outra irregularidade havida no cumprimento do CONTRATO, por culpa da **CONTRATADA**, quando for o caso.

CLÁUSULA DÉCIMA QUINTA – RESCISÃO

15.1. O presente Contrato poderá ser rescindido, sem prejuízo das penalidades previstas na Cláusula décima quarta:

15.1.1. Por ato unilateral da CONTRATANTE, quando ocorrer:

- a) O não-cumprimento ou cumprimento irregular de Cláusulas contratuais, especificações técnicas, projetos ou prazos, tais como:
 - a.1) Não-apresentação ou não-atualização da garantia de execução contratual;
 - a.2) Não-mantenção das condições de habilitação exigidas na licitação;
 - a.3) Utilização deste Contrato em qualquer operação financeira;
 - a.4) Descumprimento do disposto na Constituição Federal, em seu artigo 7º, inciso XXXIII, sem prejuízo das sanções penais cabíveis.
- b) A lentidão do seu cumprimento, levando a CONTRATANTE a comprovar a impossibilidade da conclusão do fornecimento, nos prazos estipulados;
- c) Atraso injustificado na entrega do produto ou do serviço;
- d) Paralisação do serviço, sem justa causa e prévia comunicação à CONTRATANTE;
- e) Subcontratação total ou parcial do objeto deste Contrato, a associação da CONTRATADA com outrem, cessão ou transferência, total ou parcial, bem como a fusão, cisão ou incorporação, sem expressa anuência da CONTRATANTE;
- f) Desatendimento das determinações regulares da autoridade designada para acompanhar e fiscalizar a sua execução, assim como, a de seus superiores;
- g) Cometimento de falhas na execução deste Contrato;
- h) Decretação de falência da CONTRATADA;
- i) Dissolução da sociedade da CONTRATADA;
- j) Alteração social ou a modificação da finalidade ou da estrutura da CONTRATADA, que prejudique a execução deste Contrato;
- k) Razões de interesse público, de alta relevância e amplo conhecimento, justificadas e determinadas pela máxima autoridade da esfera administrativa a que está subordinada a CONTRATANTE e exaradas no processo administrativo a que se refere este Contrato;
- l) Caso fortuito ou força maior, regularmente comprovados, impeditivos à execução deste Contrato.

15.1.2. Amigavelmente, por acordo entre as partes, desde que haja conveniência para a CONTRATANTE, reduzida a termo no Processo Administrativo.

15.1.3. Judicialmente, nos termos da legislação.

15.2. É prevista a rescisão, ainda, nos seguintes casos:

- a) Supressão, por parte da CONTRATANTE, acarretando modificação além do limite de 25% (vinte e cinco por cento) do valor inicial atualizado deste Contrato, estabelecido à época da celebração deste Instrumento, devidamente corrigido até a data da supressão, ressalvados os casos de concordância da CONTRATADA;
- b) Suspensão de sua execução, por ordem escrita da CONTRATANTE, por prazo superior a 120 (cento e vinte) dias, salvo em caso de calamidade pública, grave perturbação da ordem interna ou guerra, ou ainda, por repetidas suspensões que

totalizem o mesmo prazo, independentemente do pagamento obrigatório de indenização pelas sucessivas e contratualmente imprevistas desmobilizações e mobilizações e outras previstas, assegurado à CONTRATADA, nesses casos, o direito de optar pela suspensão do cumprimento das obrigações assumidas até que seja normalizada a situação;

c) Ocorrendo atraso superior a 90 (noventa) dias dos pagamentos devidos pela CONTRATANTE, salvo em caso de calamidade pública, grave perturbação da ordem interna ou guerra, assegurado à CONTRATADA o direito de optar pela suspensão do cumprimento de suas obrigações até que seja normalizada a situação.

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

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

15.5. Quando a rescisão ocorrer com base nas alíneas "k" e "l" do subitem 15.1.1., desta Cláusula e alíneas "a", "b" e "c" do subitem 15.2., sem que haja culpa da CONTRATADA, será esta resarcida dos prejuízos regularmente comprovados que houver sofrido.

15.6. A rescisão de que trata o subitem 15.1.1., exceto quando se tratar de caso fortuito, força maior ou razões de interesse público, acarretará as seguintes consequências, sem prejuízo das sanções previstas em lei ou neste instrumento:

- a) Retenção dos créditos decorrentes deste Contrato, até o limite dos prejuízos causados à CONTRATANTE;
- b) Retenção dos créditos existentes em outros Contratos, porventura vigentes entre a CONTRATANTE e a CONTRATADA, até o limite dos prejuízos causados;
- c) Retenção/execução da garantia contratual, para resarcimento da CONTRATANTE dos valores das multas e indenizações a ela devidos.

15.7. Caso a retenção não possa ser efetuada, no todo ou em parte, na forma prevista nas alíneas do subitem 15.6., a CONTRATADA será notificada para, no prazo de 05 (cinco) dias úteis, a contar do recebimento da notificação, recolher o respectivo valor em Agência indicada pela CONTRATANTE, sob pena de imediata aplicação das medidas judiciais cabíveis.

CLÁUSULA DÉCIMA SEXTA – ALTERAÇÕES CONTRATUAIS

16.1. Este Contrato poderá ser alterado, com as devidas justificativas, nos seguintes casos:

16.1.1. Unilateralmente, pela CONTRATANTE, quando:

- a) Houver modificação do projeto ou das especificações, para melhor adequação

técnica aos seus objetivos;

b) Necessária a modificação do valor contratual em decorrência de acréscimo ou diminuição quantitativa de seu objeto, nos limites previstos neste Contrato.

16.1.2. Por acordo entre as partes:

- a) Quando necessária à modificação do modo e/ou do cronograma de fornecimento, em face de verificação técnica da inaplicabilidade dos termos contratuais originários;
- b) Quando necessária à modificação da forma de pagamento, por imposição de circunstâncias supervenientes, mantido o valor inicial atualizado, vedada a antecipação do pagamento, com relação ao cronograma financeiro fixado, sem a correspondente contraprestação de serviço;
- c) Para restabelecer a relação que as partes pactuaram inicialmente entre os encargos da CONTRATADA e a retribuição da CONTRATANTE para a justa remuneração do fornecimento, objetivando a manutenção do equilíbrio econômico-financeiro inicial do Contrato, na hipótese de sobrevirem fatos imprevisíveis ou previsíveis, porém de consequências incalculáveis, retardadores ou impeditivos da execução do ajustado, ou ainda em caso de força maior, caso fortuito ou fato do princípio, configurando álea econômica extraordinária e extracontratual;
- d) Quando conveniente a substituição da garantia de execução contratual.

16.2. As alterações serão procedidas mediante os seguintes instrumentos:

16.2.1. APOSTILAMENTO: para as alterações que envolverem as seguintes situações:

- a) As atualizações, compensações ou penalizações financeiras decorrentes das condições de pagamento aqui previstas;
- b) O empenho de dotações orçamentárias suplementares, até o limite do seu valor corrigido;
- c) Ajustes no cronograma de entrega ou na execução dos serviços, desde que não impactem nos encargos contratados e não afetem a isonomia do processo licitatório, situações estas, previamente, reconhecidas por autoridade competente da CONTRATANTE.

16.2.2 TERMO ADITIVO: alterações não abrangidas pelo apostilamento, que ensejarem modificações deste Contrato ou do seu valor.

16.3. Os Termos Aditivos ou as Apostilas farão parte deste Contrato, como se nele estivessem transcritos.

CLÁUSULA DÉCIMA SÉTIMA – DA FRAUDE E DA CORRUPÇÃO

17.1. As licitantes devem observar e o contratado deve observar e fazer observar, por seus fornecedores e subcontratados, se admitida subcontratação, o mais alto padrão de ética durante todo o processo de licitação, de contratação e de execução do objeto contratual.

17.1.1. Para os propósitos desta cláusula, definem-se as seguintes práticas:

- a) **“prática corrupta”**: oferecer, dar, receber ou solicitar, direta ou indiretamente, qualquer vantagem com o objetivo de influenciar a ação de servidor público no processo de licitação ou na execução de contrato;
- b) **“prática fraudulenta”**: a falsificação ou omissão dos fatos, com o objetivo de influenciar o processo de licitação ou de execução de contrato;
- c) **“prática colusiva”**: esquematizar ou estabelecer um acordo entre duas ou mais licitantes, com ou sem o conhecimento de representantes ou prepostos do órgão licitador, visando estabelecer preços em níveis artificiais e não-competitivos;
- d) **“prática coercitiva”**: causar dano ou ameaçar causar dano, direta ou indiretamente, às pessoas ou sua propriedade, visando influenciar sua participação em um processo licitatório ou afetar a execução do contrato;
- e) **“prática obstrutiva”**: destruir, falsificar, alterar ou ocultar provas em inspeções ou fazer declarações falsas aos representantes do organismo financeiro multilateral, com o objetivo de impedir materialmente a apuração de alegações de prática prevista neste termo; atos cuja intenção seja impedir materialmente o exercício do direito de o organismo financeiro multilateral promover inspeção.

17.2. Na hipótese de financiamento, parcial ou integral, por organismo financeiro multilateral, mediante adiantamento ou reembolso, este organismo imporá sanção sobre uma empresa ou pessoa física, inclusive declarando-a inelegível, indefinidamente ou por prazo determinado, para a outorga de contratos financiados pelo organismo se, em qualquer momento, constatar o envolvimento da empresa, diretamente ou por meio de um agente, em práticas corruptas, fraudulentas, colusivas, coercitivas ou obstrutivas ao participar da licitação ou da execução um contrato financiado pelo organismo.

17.3. Considerando os propósitos das cláusulas acima, a licitante vencedora, como condição para a contratação, deverá concordar e autorizar que, na hipótese de o contrato vir a ser financiado, em parte ou integralmente, por organismo financeiro multilateral, mediante adiantamento ou reembolso, permitirá que o organismo financeiro e/ou pessoas por ele formalmente indicadas possam inspecionar o local de execução do contrato e todos os documentos, contas e registros relacionados à licitação e à execução do contrato.

CLÁUSULA DÉCIMA OITAVA - DISPOSIÇÕES GERAIS

18.1. A CONTRATADA guiar-se-á pelo Código de Ética dos Profissionais de Propaganda e pelas normas correlatas, com o objetivo de produzir publicidade que estejam de acordo como Código de Defesa do Consumidor e demais leis vigentes, a moral e os bons costumes.

18.2. A CONTRATANTE providenciará a divulgação integral deste contrato no PNCP - Portal Nacional de Compras Públicas, nos moldes e prazos estabelecidos nos artigos 91, caput, 94 e 174 da Lei nº 14.133/2021, e em seu sítio eletrônico, devendo ainda

realizar a devida publicação de seu extrato no Diário Oficial do Município – DOM .

18.3. 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 avençado.

CLÁUSULA DÉCIMA NONA – FORO

19.1 As questões decorrentes da execução deste contrato, que não possam ser dirimidas administrativamente, serão processadas pelo Foro da Comarca de Fortaleza do Estado do Ceará.

E, por estarem de acordo, foi mandado lavrar o presente Contrato, que está visado pela Assessoria Jurídica do CONTRATANTE, e do qual se extraíram 2 (duas) vias de igual teor e forma, para um só efeito, as quais, depois de lidas e achadas conforme, vão assinadas pelos representantes das partes e pelas testemunhas abaixo.

Fortaleza, XX de XXXXXXXXX de 20XX.

CÂMARA MUNICIPAL DE FORTALEZA

AGÊNCIA DE PUBLICIDADE 01

AGÊNCIA DE PUBLICIDADE 02

Testemunhas:

Nome: _____
CPF: _____

Nome: _____
CPF: _____