EDITAL DE CONCORRÊNCIA Nº 001/2025

Processo Administrativo nº 008/2025
Modalidade da licitação: Concorrência
Tipo: Técnica e Preço
Modo de competição: Fechado.
Forma de realização: Presencial

Retirada do edital: Disponível no site da Câmara Municipal de São Felix do Xingu, no www.cmsaofelixdoxingu.pa.gov.br Portal Transparência/licitações, pasta Concorrência nº 001/2025, **a partir do dia 09 de julho de 2025**, ou no endereço Av. Cel. Tancredo, 670, Centro, 68380-000 – São Félix do Xingu – PA.

Retirada do envelope da via não identificada: Disponível, gratuitamente, **a partir do dia 09 de julho de 2025**, podendo ser retirado no setor de Licitações, localizado no prédio sede da Câmara Municipal, no endereço Av. Cel. Tancredo, 670, Centro, 68380-000 – São Félix do Xingu – PA, no horário das 08h00min às 13h00min

Data de apresentação dos envelopes: Os envelopes devem ser protocolados na Câmara Municipal de São Felix do Xingu, no endereço especificado acima, **até o dia 27/08/2025, às 15h00min.**

Abertura dos envelopes: A abertura dos envelopes será realizada na Câmara Municipal de São Felix do Xingu, no mesmo endereço especificado acima, no dia **27/08/2025, às 15h01min**.

Data Limite para Impugnação do Edital: até 22/08/2025 até as 23h59min

Data Limite para pedido de esclarecimentos: até 22/08/2025 até as 23h59min

Nota: O envelope destinado à apresentação da **via não identificada** do plano de comunicação publicitária será padronizado e fornecido previamente pela **CÂMARA,** sem nenhum tipo de identificação.

A Câmara Municipal de São Felix do Xingu, por meio da Comissão Especial de Contratação, devidamente designada através da Portaria nº 0113/2025, informa que está aberta a Concorrência nº 001/2025, do tipo técnica e preço.

Esta licitação reger-se-á pelas normas pertinentes à Lei Federal nº 12.232/2010; Lei nº 4.680/1965; Decreto Federal nº 57.690/1966; Decreto Federal nº 4.563/2002; e, de forma complementar, a Lei nº 14.133/2021, além das normas estabelecidas no presente Edital e seus Anexos.

Em caso de decretação de feriado nacional, estadual ou municipal no dia previsto para apresentação dos envelopes, o ato será automaticamente transferido para o primeiro dia útil seguinte, mantendo o mesmo horário e local.

Esta licitação será realizada de **forma presencial**, de acordo com o permissivo do artigo 17, parágrafo 2º da Lei nº 14.133/21. A apresentação das propostas técnicas incluirá uma via do Plano de Comunicação de forma apócrifa, a ser avaliada por uma Subcomissão Técnica especialmente composta. Isso se deve às especificidades da apresentação das propostas técnicas, na qual a forma eletrônica poderia resultar na identificação antecipada da "via não identificada do Plano de Comunicação", podendo invalidar o certame. Na forma presencial todas as sessões serão gravadas integralmente e as mídias serão anexadas aos autos do processo.

Não havendo expediente ou ocorrendo qualquer fato superveniente que impeça a realização do certame na data marcada, a sessão será automaticamente transferida para o primeiro dia útil subsequente, no mesmo horário e local anteriormente estabelecido, desde que não haja comunicação da Câmara Municipal em contrário**.**

I– DO OBJETO E DOTAÇÃO

1.1 A presente licitação tem por objeto a contratação de Agência de Publicidade para prestação de serviços publicitários, conforme detalhado neste edital e nos anexos I e II.

1.1.1. As atividades previstas no subitem supra, não poderão ser objeto de subcontratação.

1.2.1. Poderão ser incluídos como atividades complementares aos serviços de publicidade contratados os serviços especializados pertinentes:

1.2.1.1 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, respeitado o disposto no art. 3º da Lei Federal nº 12.232/2010;

1.2.1.2 à produção e à execução técnica das peças e projetos publicitários criados;

1.2.1.3 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.

1.2.2. É vedada a inclusão de quaisquer outras atividades, em especial as de assessoria de imprensa, comunicação e relações públicas ou as que tenham por

finalidade a realização ou o patrocínio de eventos festivos de qualquer natureza.

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

1.2.2.2. As pesquisas e outros instrumentos de avaliação previstos no subitem 1.2.1 terão a finalidade de:

1.2.2.2.1 Gerar conhecimento sobre o mercado ou o ambiente de atuação do Câmara Municipal, o público-alvo e os veículos de divulgação nos quais serão difundidas as campanhas ou peças;

1.2.2.2.2 Aferir o desenvolvimento estratégico, a criação e a divulgação de mensagens;

1.2.2.2.3 Possibilitar a mensuração dos resultados das campanhas ou peças.

1.2.3. O prazo de vigência do contrato será de 12 (doze) meses contados a partir de sua assinatura, podendo ser prorrogado por iguais e sucessivos períodos, a critério da Administração nos termos dos artigos 106 e 107 da Lei 14.133/2021, respeitada a vigência máxima decenal.

1.2.4. As despesas com o contrato resultante desta Concorrência estão estimadas no valor anual de : R$ 598.000,00 (quinhentos e noventa e oito mil reais).ressalvada a prerrogativa da Câmara de São Felix do Xingu não executar a totalidade da verba estimada.

1.2.5 Os recursos orçamentários estimados para a presente concorrência correrão às contas dos recursos:
Órgão: Câmara Municipal de São Félix do Xingu
Unidade Orçamentária: Câmara Municipal de São Felix do Xingu
Projeto/Atividade: Manutenção e Funcionamento da Câmara de Vereador
Elemento de Despesa 3.3.90.39.00 Outros serv. de terc. pessoa jurídica
Subelemento: 3.3.90.39.90 Serviços de publicidade e propaganda
Fonte de recursos: 1.500
Objeto: CONTRATAÇÃO DE AGÊNCIA DE PROPAGANDA PARA A PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE EM GERAL

1.2.5. As despesas efetuadas no próximo exercício correrão por conta do respectivo orçamento dentro da mesma programação financeira.

1.2.6. Haverá incidência de reajuste de preços de serviços da Contratada, tendo-se em vista a peculiaridade de que parte de sua remuneração se constitui em percentagem sobre os custos dos trabalhos aprovados pela Contratante, em face de eventual variação ou alteração da Lista de Referência de Custos

Internos, prevista e aplicada pelo SINAPRO/PA.

II PARTICIPAÇÃO NA CONCORRÊNCIA

2.1. Poderão participar desta Concorrência, as pessoas jurídicas que satisfaçam as exigências estabelecidas no edital e seus anexos, empresas do ramo de atividade pertinente ao objeto licitado, que tenham atividades disciplinadas pela Lei nº 4.680/65 e obtido certificado de qualificação técnica de funcionamento, nos termos da Lei nº 12.232/2010.

2.2 Não poderão participar desta licitação**:**

2.2.1 Consorcio, considerando que é ato discricionário da Administração diante da avaliação de conveniência e oportunidade no caso concreto;

2.2.2 considerando que os serviços não são complexos;

2.2.3 considerando que existem no mercado diversas empresas com potencial técnico, profissional e operacional, suficiente para atender satisfatoriamente às exigências previstas neste edital;

2.2.4 considerando que a admissão do consórcio na licitação poderá ocasionar dificuldades de gestão dos serviços ora licitados, entendeu-se que é conveniente a vedação de participação de empresas em "consórcio" nesta Concorrência;

2.3 Licitante que se enquadrar no disposto do Art. 14º da Lei Federal nº 14.133/2021;

2.4 Impedida de licitar e contratar no âmbito da Administração Pública direta e indireta da Câmara Municipal de São Felix do Xingu nos termos do Art. 156, III, § 4º da Lei n.º 14.133/2021;

2.5 Declarados inidôneos para licitar e contratar com a Administração Pública, na forma do Art. 156, IV, § 5º, da Lei n.º 14.133/2021;

2.6 Que tenha sido decretada a falência;

2.7 Submetida a concurso de credores, em liquidação ou em dissolução;

2.8 Estrangeira que não tenha representação legal no Brasil com poderes expressos para receber citação e responder administrativa ou judicialmente.

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

2.10 As disposições a que se refere este item, nos termos do artigo 4º da lei 14.133/2021, não são aplicadas:

2.10.1 ano caso de licitação para contratação dos serviços publicitários, cujo valor estimado a título de remuneração da licitante, for superior à receita bruta máxima admitida para fins de enquadramento como empresa de pequeno porte;

2.10.2 A obtenção de benefícios a que se refere o caput do artigo 4º da lei 14.133/21 fica limitada às microempresas e às empresas de pequeno porte que, no ano calendário da realização da licitação, ainda não tenham celebrado contratos com a Administração pública cujos valores somados extrapolem a receita máxima admitida para fins de enquadramento como empresa de pequeno porte,

2.10.3 deverá a licitante apresentar, quando da fase de habilitação, declaração de observância desse limite referido no subitem 2.10.2.

2.4. Havendo restrição nos documentos comprobatórios da regularidade fiscal e trabalhista, será assegurado o prazo de 5 (cinco) dias úteis, cujo termo inicial corresponderá ao momento em que a ME ou EPP for declarada "habilitada com restrição" no certame, prorrogáveis por igual período, a critério da Comissão Especial de Licitação, para regularização da documentação.

III EDITAL, ACESSO A INFORMAÇÕES E IMPUGNAÇÃO DO EDITAL:

O Caderno de Licitação, composto de Edital e Anexos, poderá ser consultado e obtido no endereço: licitacao@cmsaofelixdoxingu.pa.gov.br, no link "licitações", www.cmsaofelixdoxingu.pa.gov.br, Portal Nacional de Compras Públicas - PNCP ou mediante retirada por meio de mídia digital (pen drive), no endereço Av. Cel. Tancredo, 670, Centro, 68380-000 – São Félix do Xingu – PA, de segunda a sexta-feira, das 08h00min às 13h00min.

3.1. Informações relativas à presente licitação poderão ser obtidas conforme segue, de acordo com seu teor:

3.1.1 Dúvidas, questões técnicas ou jurídicas, deverão ser formuladas por escrito e dirigidas a(o) Presidente da Comissão Especial de Licitação no e-mail licitacao@cmsaofelixdoxingu.pa.gov.br, em até 03 (três) dias úteis antes do prazo marcado para abertura do certame.

3.2.2. As questões técnicas ou jurídicas envolvendo dúvidas sobre a interpretação do teor do Edital, não deverão utilizar termos que possam propiciar a identificação da Proposta da licitante perante a Subcomissão

3.2.3. Técnica, quando do julgamento da via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária – Invólucro nº 01, caso isso possa vir a ocorrer, a questão não será respondida pela Comissão Especial de Licitação.

3.2.4. A Câmara de São Felix do Xingu dará conhecimento das consultas e respectivas respostas, sem informar a identidade da Consulente, por meio da

internet (no endereço eletrônico. http://www.cmsaofelixdoxingu.pa.gov.br, no PORTAL TRANSPARÊNCIA no link "licitações" e deverão ser consultados pelas licitantes e no e-mail remetente da consulta.

3.2. Eventuais impugnações ao edital, ou esclarecimentos deverão ser encaminhadas via do endereço licitacao@cmsaofelixdoxingu.pa.gov.br, ou, dirigidas no endereço da Câmara a(o) Presidente da Comissão Especial de Contratações, com a identificação completa da empresa autora da impugnação, assinatura de seu representante legal e cópia simples do documento que comprove esta condição, observado o contido no artigo 164 da Lei 14.133/2021.

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

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

3.4. A Comissão Especial de Licitação decidirá sobre a impugnação, bem como responderá às questões formuladas pelas licitantes.

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

3.6. Não serão conhecidas as impugnações subscritas por representantes não habilitados legalmente.

3.7. Qualquer cidadão ou licitante poderá impugnar o Edital por irregularidade, devendo protocolar o pedido devidamente fundamentado, nos termos do art. 164, da Lei 14.133/2021, observados os prazos ali fixados, ou seja, em até 3 (três) dias úteis antes da data de abertura do certame.

3.9 Não serão conhecidas as impugnações enviadas pelo correio, correio eletrônico ou qualquer outro meio de comunicação, se dentro dos prazos previstos em lei, as petições originais não tiverem sido protocolizadas a tempo e modo.

IV SUBCOMISSÃO TÉCNICA

4.1. A concorrência será processada e julgada pela Comissão Especial de Licitação, na forma da Lei 12.232/10, com exceção da análise e julgamento das Propostas Técnicas.

4.2. As Propostas Técnicas serão analisadas e julgadas por Subcomissão Técnica, sem qualquer tipo de interferência da Comissão Especial de Licitação ou de terceiros, e será composta por 03 (três) membros formados em comunicação, publicidade ou marketing ou que atuem em uma dessas áreas, escolhidos via de sorteio, em sessão pública, dentre uma relação que terá 09

(nove) integrantes previamente cadastrados, tudo em conformidade com os termos do art. 10 da Lei 12.232/10. A relação dos nomes referidos será publicada, em prazo não inferior a 10 (dez) dias da data em que será realizada a sessão pública marcada para o sorteio.

4.3. Além das demais atribuições previstas neste Edital, caberá à Subcomissão Técnica manifestar-se, se for necessário, em caso de eventuais recursos de licitantes, relativos ao julgamento das Propostas Técnicas, se solicitado pela Comissão Especial de Licitação.

V ABERTURA DA LICITAÇÃO:

5.1. No dia, horário e local designados no preâmbulo deste Edital, terá início a sessão pública de processamento desta licitação, que será conduzida pela Comissão Especial de Licitação e realizada em conformidade com a legislação pertinente, devendo os licitantes entregarem, inicialmente, os Invólucros de 1 a 4.

5.2. Credenciamento dos representantes:

5.2.1 Tratando-se de representante legal (sócio, proprietário, dirigente ou assemelhado), documento oficial de Identidade e cópia do estatuto social, contrato social ou documento registrado no órgão de registro de comércio competente, no qual estejam expressos os poderes para exercer direitos e assumir obrigações em nome da licitante.

5.2.2 Tratando-se de procurador, instrumento público de procuração ou instrumento particular assinado pelo representante legal, do qual constem poderes específicos para anuir, transigir ou renunciar a direitos em nome da empresa, bem como praticar todos os demais atos pertinentes ao certame. No caso de instrumento particular, o procurador deverá apresentar instrumento constitutivo da empresa na forma do subitem 5.2.1.

5.2.3. O representante legal e o procurador deverão identificar-se exibindo documento oficial de identificação que contenha foto, **fora dos Invólucros**.

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

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

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

5.2.5. A não apresentação dos documentos de credenciamento ou sua

incorreção não impedirá a participação do licitante no certame, porém impossibilitará seu representante de se manifestar e responder pela empresa, não podendo rubricar documentos, fazer observação ou interferir no desenvolvimento dos trabalhos.

5.2.6. A sessão pública de apresentação de propostas será gravada em áudio e vídeo, e a gravação será juntada aos autos do processo licitatório depois de seu encerramento.

VI – DOS INVÓLUCROS

6.1 Proceder-se-á o recebimento dos Invólucros nº **1, 2, 3 e 4** contendo os documentos da proposta Técnica e Proposta de Preços, observado as determinações contidas no Termo de Referência deste Edital e as abaixo:

INVÓLUCRO Nº. 1 – PLANO DE COMUNICAÇÃO (VIA NÃO IDENTIFICADA) AO

CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO FELIX DO XINGU-PARÁ
PROCESSO Nº. 008/2025 CONCORRÊNCIA Nº. 001/2025
INVÓLUCRO Nº. 002 – PLANO DE COMUNICAÇÃO VIA IDENTIFICADA
PROPONENTE (NOME COMPLETO DA EMPRESA. TELEFONE, E-MAIL)

AO CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO FELIX DO XINGU-PARÁ
PROCESSO Nº. 008/2025
CONCORRÊNCIA Nº. 001/2025
INVÓLUCRO Nº. 003 – CONJUNTO DE INFORMAÇÕES
PROPONENTE (NOME COMPLETO DA EMPRESA. TELEFONE, E-MAIL)

AO CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO FELIX DO XINGU-PARÁ
PROCESSO Nº. 008/2025
CONCORRÊNCIA Nº. 001/2025
INVÓLUCRO Nº. 004 – PROPOSTA COMERCIAL
PROPONENTE (NOME COMPLETO DA EMPRESA. TELEFONE, E-MAIL)

AO CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO FELIX DO XINGU-PARÁ
PROCESSO Nº. 008/2025
CONCORRÊNCIA Nº. 001/2025
INVÓLUCRO Nº. 005 – DOCUMENTO DE HABILITAÇÃO
PROPONENTE (NOME COMPLETO DA EMPRESA. TELEFONE, E-MAIL)

6.2 O envelope Nº 5 deverá ser entregue em momento oportuno, mediante convocação a ser providenciada pela Comissão Especial de Licitação, somente das licitantes classificadas no julgamento final das propostas.

6.3 INVÓLUCRO N° 1

6.3.1 Deverá estar acondicionado o **Plano de Comunicação Publicitária** – **Via Não Identificada,** em estrita conformidade com as especificações constantes do Termo de Referência;

6.3.2 Só será aceito o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada que estiver lacrado e acondicionado no invólucro padronizado (invólucro com medidas aproximadas de 55cmx40cm, saco tipo "Kraft" natural cor parda), fornecido previamente e obrigatoriamente, pela Câmara Municipal de São Felix do Xingu ;

6.3.2.1 O Invólucro padronizado deverá ser retirado pela licitante interessada, no horário das 09h00min às 18hmin, no endereço: Av. Cel. Tancredo, 670, Centro, CEP: 68.380-000- São Felix do Xingu / PA, um dia antes da entrega das Propostas.

6.3.2.2 O Invólucro padronizado somente será entregue à agência que o solicite formalmente, por escrito e contra recibo de entrega.

6.3.3 O Invólucro padronizado **não poderá:**

6.3.1 ter nenhuma identificação;

6.3.2 apresentar marca, sinal, etiqueta ou outro elemento que possibilite a identificação da licitante;

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

6.3.4 ter nenhum escrito, anotação, identificação ou qualquer elemento na parte externa do envelope, com exceção daquelas postas pela Câmara.

6.3.5 O Invólucro nº 1 - PROPOSTA TÉCNICA: deverá conter o Plano de Comunicação Publicitária para efeito de avaliação, contendo uma campanha simulada a partir das informações do briefing, **sem a identificação da licitante,** com os exemplos de peças, impressos em layouts ou gravados em pen drive, **a serem elaborados conforme especificações abaixo e aquelas presentes no Termo de Referência deste**, conjugados com os critérios a seguir:

6.3.6. Plano de Comunicação Publicitária – será constituído por caderno único composto dos quesitos: Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia, elaborados com base no Briefing, no Termo e Referência e nas orientações deste Edital, observadas ainda as seguintes especificações:

6.3.6.1. Raciocínio Básico: será desenvolvido por meio de texto, no qual a licitante fará uma exposição sobre as funções e papel da Câmara Municipal de São Felix do Xingu, da natureza, da extensão e da qualidade das relações da Câmara Municipal com seus públicos; das características da Câmara Municipal e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária; e, o entendimento do problema e dos objetivos de comunicação estabelecidos pelo briefing.

6.3.6.2. Estratégia de Comunicação Publicitária: será desenvolvido por meio de texto, gráfico e/ou Lista no qual a licitante apresentará as linhas gerais de sua proposta para suprir o desafio de comunicação e alcançar os objetivos, geral e específicos, de comunicação relacionado a esse desafio expressos no Briefing, compreendendo:

6.3.6.2.1 Apresentação e defesa ao partido temático e do conceito que, de acordo com seu Raciocínio Básico, devem fundamentar a proposta de solução publicitária dos problemas específicos de comunicação da Câmara Municipal de São Felix do Xingu

6.3.6.2.2 Explicitará e defenderá os principais pontos da estratégia de Comunicação Publicitária sugerida, e que meios de divulgação, instrumentos ou ferramentas irá utilizar.

6.3.6.3. Ideia Criativa: Será desenvolvida por meio de texto e peças apresentando a resposta criativa do licitante aos desafios e metas por ele explicitados na "Estratégia de Comunicação Publicitária", discorrendo os temas e os conceitos a serem desenvolvidos pela campanha publicitária baseada no briefing; acompanhado de esboços (layouts, textos, roteiros e *storyboards*) de peças da campanha para cada meio de divulgação nela proposto pelo licitante, observadas as seguintes disposições:

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

6.3.6.3.1.1. A relação citada no subitem anterior deverá indicar as peças que foram corporificadas.

6.3.6.3.2. Os textos do Raciocínio Básico, da Estratégia de Comunicação Publicitária, da Ideia Criativa e da relação de peças da Ideia Criativa, estão limitados, no conjunto, a 15 (quinze) páginas, não computadas nesse limite, as capas e contracapas, nem as páginas eventualmente utilizadas apenas para separação dos quesitos.

6.3.6.3.3. Da relação de peças, a licitante deverá escolher e apresentar 04 (quatro) exemplos de peças que julgar mais indicados para corporificar objetivamente sua proposta de solução do desafio de comunicação, os quais deverão observar as seguintes orientações:

I – Ser apresentados sob a forma de:

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

II - Limitar-se, sob pena de desclassificação, a 04 (quatro) exemplos, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça,

observando as seguintes regras:

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

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

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

d) Um hotsite e todas as suas páginas serão consideradas uma peça;

e) Um filme e o hotsite em que se encontra hospedado serão considerados duas peças;

f) Um banner e o hotsite para o qual ele esteja direcionado serão considerados duas peças.

6.3.6.3.4. Só serão aceitos exemplos de peças e ou material não finalizados. Para a produção dos exemplos de peças ou material não serão aceitas capturas de vídeo.

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

6.3.6.3.6. Os *storyboards* animados, *animatics*, protótipos e monstros poderão ser apresentados em pen drive, executáveis no sistema operacional Windows, nos formatos universais. Os protótipos ou 'monstros' de peças para a internet poderão ser produzidos em quaisquer dos formatos universais, a exemplo de .pdf, .jpg, .html, .mpeg e .mov.

6.3.6.3.7. As peças da campanha destinadas à mídia impressa ou outras apresentações deverão ser apresentadas separadamente do caderno específico mencionado anteriormente, em formato A4, papel branco, e as peças eletrônicas em pen drive.

6.3.6.3.8. Os exemplos de peças devem ser apresentados separadamente do caderno contendo o Plano de Comunicação, terem formatos compatíveis com suas características e se adequarem às dimensões do Invólucro nº 1.

6.3.6.3.9. Os exemplos de peças devem ser entregues soltos, sem espiral.

6.3.6.4. Estratégia de Mídia e Não Mídia: será desenvolvida por meio de textos, com até 5 (cinco) laudas, não inseridas neste limite a capa e contracapa, listas, gráficos, imagens e ou planilhas na qual deverá ser apresentada:

a) Justificativa da estratégia e das táticas recomendadas, em consonância com a estratégia de comunicação publicitária sugerida pela licitante em função da verba referencial indicada no Briefing**.**

b) Simulação do plano de distribuição com todas as peças constantes da relação prevista no subitem 6.1.1.3.1.

6.3.6.4.1. Da simulação do plano de distribuição deverá contar um resumo geral com informações mínimas sobre:

a) período de distribuição das peças;
b) quantidades de inserções das peças em veículos de divulgação;

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

d) valores (absolutos e percentuais) alocados na produção e ou na execução técnica de cada peça destinada a veículos de divulgação;
e) quantidades a serem produzidas de cada peça de não mídia;

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

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

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

6.3.6.4.3. As tabelas, gráficos e planilhas integrantes da Estratégia de Mídia e Não Mídia poderão ter fontes e tamanhos habitualmente utilizados nesses documentos e ser editadas em cores, e não estão incluídas no limite de 5 (cinco) laudas determinado para o texto.

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

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

b) deve ser desconsiderado o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, previsto no art. 11 da lei 4.680/65 e nas Normas Padrão do CENP;

c) devem ser desconsiderados os custos internos de Agência e os honorários sobre todos os serviços de fornecedores e veículos;

d) para veículos de comunicação e divulgação que não atuem com tabelas de preços públicas, mas que possam ser considerados como formas inovadoras de

comunicação (tais como mídia programática, trading desks e redes sociais) a licitante deverá informar o montante de investimento proposto a ser utilizado com essas ferramentas no âmbito de sua estratégia, assim como para o alcance dos objetivos previamente estabelecidos, definindo em sua proposta quais métricas serão utilizadas para atingi-los (ex: cpm, true views, taxa de impressão, geração de leads, custo por alcance, cpc, cpe, custo por visualização de vídeo, custo por curtida, entre outros).

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

6.3.6.4.5. As listas, gráficos, planilhas e o quadro resumo da Estratégia de Mídia e não Mídia, não tem limitação quanto ao número de páginas.

6.4 CONTEUDO DO INVÓLUCRO N° 2

6.4.1 Deverá estar acondicionado o **Plano de Comunicação Publicitária** – **Via Identificada**, que conterá o mesmo teor da via não identificada, no que diz respeito à questão dos textos, com exceção dos exemplos de peças referentes à ideia criativa, devendo ser entregue em papel timbrado da licitante;

6.4.2 O invólucro deverá ser providenciado pela licitante e poderá ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até sua abertura;

6.4.3 **NÃO poderá** ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – **Via Não Identificada (Invólucro nº 1)** e possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura deste invólucro;

6.4.4 deverá estar fechado e rubricado no fecho, conforme identificação no subitem 6.1 :

6.4.5 PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIO – VIA IDENTIFICADA

6.4.6. O Plano de Comunicação Publicitário – Via Identificada, deverá conter cópia fidedigna do plano de comunicação de publicitária, em papel timbrado da licitante, sem os exemplos de peças referentes à Ideia Criativa. Os documentos deverão ser datados e assinados na última página e rubricados nas demais, por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

6.5. CONTEUDO DO INVÓLUCRO N° 3

a) Deverá estar acondicionado o Conjunto de Informações contendo: a Capacidade de Atendimento, o Repertório e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação;

b) O invólucro deverá ser providenciado pela licitante e poderá ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até sua abertura.

c) **NÃO poderá** ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – **Via Não Identificada (Invólucro nº 1)** que possibilite a identificação da autoria deste, antes da abertura do invólucro 2;

d) Deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

6.6 CONJUNTO DE INFORMAÇÕES

6.6.1 Os documentos e informações deste Invólucro (Capacidade de Atendimento, Repertório, Relatos de Solução de Problemas de Comunicação) **não poderão** ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitário – Via Não Identificada que possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do Invólucro nº 2.

6.6.2 Capacidade de Atendimento da licitante deverá ser constituída por caderno específico em espiral ou *wire-o*, em papel A4 livre de tipo e gramatura, com fontes e espaçamentos a livre escolha da licitante, composto por textos, listas, gráficos, diagramas, fotos e ou outros recursos por meios dos quais a licitante discriminará:

a) A relação da equipe técnica que será colocada à disposição da execução do contrato, discriminando-se as áreas de estudo e planejamento, criação, produção de rádio, TV, cinema, internet, produção gráfica, mídia e atendimento; **a1)** A qualificação deverá ser apresentada sob a forma de currículo resumido contendo, no mínimo, o nome, a formação e a experiência dos profissionais;

a2) os profissionais indicados para fins de comprovação da capacidade de atendimento deverão participar da elaboração dos serviços objeto deste Edital, admitida sua substituição, quando da efetiva contratação, por profissionais de experiência equivalente ou superior, mediante aprovação prévia da Câmara Municipal de São Felix do Xingu.

b) As instalações, a infraestrutura e os recursos materiais que serão colocados à disposição para a execução do contrato;

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

6.6.2.1. Não há limitação de número de páginas para apresentação da Capacidade de Atendimento, e suas folhas deverão ser rubricadas e assinada na última por quem detenha poderes de representação da Licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

6.6.3 Repertório

a) A Licitante deverá apresentar as peças e respectivas fichas técnicas que constituem o Repertório em 1 (um) cadernos, em papel A4, encadernadas a esquerda com espiral ou wire-o, com fontes e espaçamentos a livre escolha da licitante, com ou sem o uso de cores, em folhas rubricadas e assinada na última por quem detenha poderes de representação da Licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

6.6.3.1. No Repertório deverão ser apresentadas 04 (quatro) peças e as respectivas fichas técnicas de cada uma delas, independentemente do seu tipo ou característica e da forma de sua veiculação, exposição ou distribuição, observado o seguinte:

a) as peças devem ter sido veiculadas, expostas ou distribuídas a partir de 1º de janeiro de 2019, conforme art. 6º, inc. X da Lei 12.232/10;

b) as peças eletrônicas deverão ser apresentadas em pen drive, executáveis no sistema operacional Windows e, anexados impressas em papel A4;

c) as peças não podem se referir a ações executadas no âmbito de contratos de prestação de serviços de publicidade de que a Câmara Municipal de São Felix do Xingu seja ou tenha sido signatária;

d) para cada peça prevista acima, deverá ser apresentada correspondente ficha técnica em papel A4, com a indicação sucinta dos problemas que se propôs a resolver e os resultados alcançados, bem como a identificação da licitante e de seu cliente, além do título, data de produção, período de veiculação, e exposição e ou distribuição e, no caso de veiculação, menção de pelo menos, um veículo que divulgou cada peça.

6.6.3.2. Não há limitação de número de páginas para apresentação das fichas técnicas do Repertório.

6.6.4 Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

6.6.4.1. A licitante deverá apresentar, em um caderno próprio em papel A4 livre de tipo e gramatura, encadernado a esquerda com espiral ou wire-o, com fontes e espaçamentos a livre escolha da licitante, 02 (dois) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, cada um com o máximo de 02 (duas) páginas, em que serão descritas soluções bem-sucedidas de problemas de comunicação planejadas e propostas por ela e implementadas por seus clientes, em folhas rubricadas e assinada na última por quem detenha poderes de representação da Licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

6.6.4.1.1. As campanhas de que trata o subitem 6.6.4.1 devem ter recebido a autorização para sua produção ou terem sido veiculadas a partir de 1º de janeiro de 2019, conforme art. 6º, inc. X da Lei 12.232/10.

6.6.4.1.2. Os relatos deverão estar formalmente referendados com a assinatura dos respectivos clientes e não podem referir-se a ações executadas no âmbito de contratos de prestação de serviços de publicidade de que a Câmara Municipal de São Felix do Xingu seja ou tenha sido signatário.

6.6.4.1.3. Em cada Relato deverá constar a indicação do nome empresarial do cliente e a assinatura do seu respectivo signatário acompanhada do seu nome e cargo ou função, e por último as respectivas fichas técnicas das peças daquele Relato.

6.6.4.2 Para cada Relato, é permitida a inclusão de 3 (três) peças, em caderno próprio, encadernado a esquerda com espiral ou wire-o, independentemente do meio de divulgação, tipo ou característica da peça, sendo que:

a) as peças eletrônicas deverão ser apresentadas em pen drive, executáveis no sistema operacional Windows, anexadas em papel A4, dentro de envelope próprio;

b) as peças gráficas deverão ser apresentadas em papel A4, preservadas, em qualquer hipótese, a compreensão de seu conteúdo e a indicação de suas dimensões originais.

c) Para cada peça constante do Relato, deverá ser apresentada uma ficha técnica. As fichas técnicas deverão conter a razão social do cliente, o tipo e o título da peça, indicação de um veículo onde foi inserida, o mês e ano de sua veiculação e serem anexadas ao caderno contendo os respectivos Relatos, não sendo estas computadas para efeito do limite de laudas citadas no subitem 6.6.4.1.

6.7 INVÓLUCRO Nº 4

a) A Proposta de Preços deverá ser entregue acondicionada no **INVÓLUCRO nº 4;**

b) O invólucro deverá ser 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.

c) **NÃO poderá** ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada **(Invólucro nº 1)** e possibilite a identificação da autoria deste.

d) O Invólucro deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

6.7.1 ELABORAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇO

6.7.1.1 A Proposta de Preço deverá ser elaborada conforme modelo constante do Anexo II, informando o percentual referente ao desconto a ser concedido sobre os custos internos presentes na Lista de Referência de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Pará, e aqueles

percentuais incidentes sobre o valor:

a) da produção e à execução técnica de peça e ou material;

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

c) **d**a criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinada a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias

d) da intermediação na contratação de mídia digital, no caso em que os veículos não remunerem a agência pelo desconto de agência, na forma do disposto no artigo 11 da Lei 4.680/65.

6.7.1.2 – As licitantes deverão observar ainda que não será aceito:

I – desconto inferior a 30% (trinta por cento) sobre a Lista de Referência de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Pará;

II – percentual de honorários superior a 15% (quinze por cento) sobre serviços de terceiros (subitem 3.6.1 das Normas Padrão do CENP);

III – percentual de honorários inferior a 5% (cinco por cento) nem superior a 10% (dez por cento) sobre o valor respectivo, quando a responsabilidade da Agência limitar-se-á exclusivamente à contratação ou pagamento do serviço ou suprimento (subitem 3.6.2 das Normas Padrão do CENP);

IV - percentual de honorários superior a 20% (vinte por cento) sobre o valor da mídia digital adquirida com a intermediação da agência, nos casos em que os veículos não remunerem a agência pelo Desconto Padrão de Agência;

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

VI - Os percentuais de honorários, assim como os de descontos propostos será de exclusiva responsabilidade da licitante e não lhe assistirá o direito de pleitear, na vigência do contrato a ser firmado, nenhuma alteração, sob a alegação de erro, omissão ou qualquer outro pretexto;

VII- Os percentuais de honorários e os custos internos propostos deverão contemplar todos os custos e despesas, diretos e indiretos, necessários à plena execução dos serviços objeto desta licitação e exercidos pela Agência contratada, tais como despesas com pessoal, administração e encargos (obrigações sociais, impostos, taxas, etc).

6.7.1.3. As condições acima levam em conta os preços de mercado e os moldes estabelecidos referencialmente pelas Normas-Padrão da Atividade Publicitária,

incorporadas ao sistema legal por força do disposto no Decreto n. 4.563/2002, do disposto no inciso V do artigo 6º da lei 12.232/2010 e ainda o inciso III do art. 59 da Lei 14.133/2021, os quais dispõe que a apresentação da Proposta de Preço conterá quesitos representativos das formas de remuneração vigentes no mercado, evitando-se a inexequibilidade do contrato administrativo que vier a ser firmado.

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

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

6.7.1.4 A classificação das Propostas de Preço observará a ordem crescente dos percentuais apresentados, sendo considerada como a de menor preço aquela que receber maior pontuação.

6.7.1.5 O prazo de validade da Proposta de Preço deverá ser de, no mínimo, 90 (noventa) dias, a contar da data da abertura do respectivo invólucro.

6.8. INVÓLUCRO Nº 5 - DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO:

6.8.1. As licitantes cujas Propostas Técnicas e de Preço tenham sido classificadas deverão entregar os Documentos de Habilitação no dia, hora e local estipulados pela Comissão Especial de Licitação em data e horário fixados para sua abertura.

a) O Invólucro nº 5 deverá ser apresentado apenas pelas licitantes classificadas, devendo ser entregue em Invólucro providenciado pela licitante, lacrado, com a denominação social da licitante conforme previsto no Edital.

6.8.2. Os documentos de Habilitação deverão estar acondicionados no **Invólucro nº 5,** que deverá ser apresentado fechado, rubricado no fecho e deverá conter os dizeres em sua face conforme subitem 6.1.

6.8.3. Serão consideradas habilitadas as licitantes que apresentarem os documentos relacionados nos subitens abaixo, desde que atendidos os requisitos das DISPOSIÇÕES GERAIS SOBRE OS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO – subitem 9.3.

6.8.4. HABILITAÇÃO JURÍDICA

6.8.4.1. Registro comercial, no caso de empresa individual; ou

6.8.4.2. No caso de sociedade empresária ou empresa individual de responsabilidade limitada - EIRELI: ato constitutivo, estatuto ou contrato social em vigor, devidamente registrado na Junta Comercial da respectiva sede, acompanhado de documento comprobatório de seus administradores;

6.8.4.3. inscrição no Registro Público de Empresas Mercantis onde opera, com averbação no Registro onde tem sede a matriz, no caso de ser o participante

sucursal, filial ou agência;

6.8.4.4. Em se tratando de Microempreendedor Individual – MEI: Certificado da Condição de Microempreendedor Individual - CCMEI, cuja aceitação ficará condicionada à verificação da autenticidade no sítio competente;

6.8.4.5. No caso de sociedade simples: inscrição do ato constitutivo no Registro Civil das Pessoas Jurídicas do local de sua sede, acompanhada de prova da indicação dos seus administradores;

6.8.4.6. Decreto de autorização, em se tratando de sociedade empresária estrangeira em funcionamento no País.

Observação: Para todos os efeitos, considera-se como ato constitutivo, estatuto ou contrato social em vigor, o documento de constituição da empresa, acompanhado da(s) última(s) alteração(ões) referente(s) à natureza da atividade comercial e à administração da empresa, ou a última alteração consolidada. Os documentos acima deverão estar acompanhados de todas as alterações ou da consolidação respectiva.

6.8.5 REGULARIDADE FISCAL, SOCIAL E TRABALHISTA

6.8.5.1 Prova de inscrição no Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica – CNPJ/ME;

6.8.5.2 - Prova de regularidade fiscal perante a Fazenda Nacional, mediante apresentação de certidão expedida conjuntamente pela Secretaria da Receita Federal do Brasil (RFB) e pela Procuradoria-Geral da Fazenda Nacional (PGFN), referente a todos os créditos tributários federais e à Dívida Ativa da União (DAU) por elas administrados, inclusive aqueles relativos à Seguridade Social, referente a todos os créditos tributários federais e à Dívida Ativa da União por ela administrados, inclusive créditos tributários relativos às contribuições sociais.

6.8.5.3. Prova de regularidade com o Fundo de Garantia do Tempo de Serviço (FGTS);

6.8.5.4. Certidão de Regularidade com a Fazenda Pública Municipal da sede da Agência participante.

6.8.5.5. Prova de regularidade com a Fazenda Municipal e Estadual do domicílio ou sede da Agência.

6.8.5.6. Prova de inscrição no Cadastro de Contribuintes Estadual ou Municipal, se houver, relativo ao domicílio ou sede do licitante, pertinente ao seu ramo de atividade e compatível com o objeto contratual;

6.8.5.7. Prova de inexistência de débitos inadimplidos perante a Justiça do Trabalho, mediante a apresentação de CNDT.

6.8.5.8. Para as ME ou EPP nos termos da Lei 123/06 e alterações, havendo alguma restrição na comprovação da regularidade fiscal, será assegurado o prazo de 5 (cinco) dias úteis, cujo termo inicial corresponderá ao momento em que o proponente for declarado o vencedor do certame, prorrogáveis por igual período, a critério da Administração Pública, para a regularização da documentação, pagamento ou parcelamento do débito, e emissão de eventuais certidões negativas ou positivas com efeito de certidão negativa.

a) A não regularização da documentação, no prazo previsto no item 6.8.5.8, implicará decadência do direito à contratação, sem prejuízo das sanções previstas no art. 90, da Lei 14.133/21, sendo facultado à Administração convocar as licitantes remanescentes, na ordem de classificação, para a assinatura do contrato, ou revogar a licitação.

b) Em caso de não comprovação da sua condição de ME ou EPP e/ ou não regularização dos documentos de comprovação da regularidade fiscal, a licitante estará sujeita às penalidades legais, ficando sujeita inclusive ao impedimento de licitar e contratar com a Administração Pública, sem prejuízo das multas previstas no edital.

6.8.6 QUALIFICAÇÃO TÉCNICA

6.8.6.1. Certificado de qualificação técnica de funcionamento de que trata a Lei nº 12.232/2010, artigo 4º e seu parágrafo primeiro, obtido perante o Conselho Executivo das Normas-Padrão (CENP), legalmente reconhecido como fiscalizador e certificador das condições técnicas de agências de propaganda.

6.8.6.2. Comprovação de aptidão para desempenho de atividade pertinente e compatível com o objeto desta licitação, mediante a apresentação de no mínimo 1 (um) atestado expedido por pessoa jurídica de direito público ou privado, que comprove a execução dos serviços dispostos no art. 2º e no seu parágrafo 1º, incisos I, II e III, da Lei 12.232/10 e o parágrafo 5º. do artigo 67 da lei 14.133/21.

6.8.7 QUALIFICAÇÃO ECONÔMICO-FINANCEIRA

6.8.7.1. Certidão negativa de falência, recuperação judicial ou extrajudicial, expedida pelo distribuidor da sede da pessoa jurídica**.**

6.8.7.1.1. Na hipótese de a certidão para recuperação judicial ou extrajudicial for positiva, deve a licitante apresentar comprovante da homologação/deferimento, pelo juízo competente, do plano de recuperação em vigor, ou ainda, a empresa em recuperação judicial deverá apresentar comprovação de que o plano de recuperação foi acolhido na esfera judicial, na forma do Art. 58 da Lei Federal nº11.101/2005.

6.8.7.2. Comprovação de Capital Social ou Patrimônio Líquido mínimo de 10% (dez por cento) do valor estimado nesta licitação, devendo a comprovação de ser feita no invólucro de habilitação, no caso de a comprovação ser de Capital Social será através de Certidão Simplificada da Junta Comercial do Estado da Licitante, e no caso de Patrimônio Líquido a comprovação deverá ser feita

através dos Balanços Patrimoniais apresentados na forma da Lei.

6.8.7.3. Balanço Patrimonial e Demonstrações Contábeis dos 2 (dois) últimos exercícios sociais já exigíveis e apresentados na forma da lei, assinados por contador ou profissional competente/equivalente, devidamente registrados no Conselho Regional de Contabilidade, que comprovem a boa situação financeira da empresa, sendo vedada a sua substituição por balancetes ou balanços provisórios, podendo ser atualizados quando encerrados há mais de 03 (três) meses da data de apresentação da Proposta.

Obs.: Os documentos referidos neste item limitar-se-ão ao último exercício no caso de a pessoa jurídica ter sido constituída há menos de 2 (dois) anos.

6.8.7.3.1. Serão considerados como na forma da Lei, o Balanço Patrimonial e Demonstrações Contábeis assim apresentados:

a) pelas sociedades anônimas: publicados em Diário Oficial; ou em jornal de grande circulação; ou por cópia registrada; ou registrada e autenticada na Junta Comercial da sede ou domicílio da licitante;

b) pelas sociedades por cotas de responsabilidade limitada: cópia do Livro Diário, inclusive com os Termos de Abertura e de Encerramento, devidamente registrado na Junta Comercial da sede ou domicílio da licitante ou em outro órgão equivalente; cópia do Balanço e das Demonstrações Contábeis devidamente registrados ou autenticados na Junta Comercial da sede ou domicílio da licitante e ou Escrituração Contábil Digital;

c) pelas sociedades criadas no exercício em curso: cópia do Balanço de Abertura, devidamente registrado ou autenticado na Junta Comercial da sede ou do domicílio da licitante;

d) Para as empresas obrigadas a adotar a Escrituração Contábil Digital (ECD) e transmiti-la ao Sistema Público de Escrituração Digital (SPED), a comprovação do Balanço Patrimonial e das Demonstrações Contábeis se dará por meio de apresentação do Livro Diário Eletrônico, inclusive com os Termos de Abertura e Encerramento, com o respectivo comprovante de entrega de ECD ao SPED Contábil, juntamente com o termo de autenticação eletrônica realizada pela Junta Comercial respectiva.

6.8.7.3.2. Se a licitante tiver sido constituída há menos de 2 (dois) anos de exercício, os documentos referidos no subitem 6.8.7.3. limitar-se-ão ao último exercício.

6.8.7.3.3. A boa situação financeira será comprovada com as demonstrações a seguir, calculadas a partir do último balanço apresentado:

- Índice de Liquidez Geral **(LG)** superior a 1,00

- Índice de Liquidez Corrente **(LC)** superior a 1,00

- Índice de Solvência Geral **(SG)** superior a 1,00

(calculados pelas seguintes fórmulas, cujo memorial deverá ser juntado ao Balanço Patrimonial):

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

$$SG = \frac{\text{Ativo Total}}{\text{Passivo Circulante + Passivo Não Circulante}}$$

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

6.8.7.3.4. Se necessária a atualização do balanço patrimonial, do DRE e do capital social, deverá ser apresentado, também, o memorial de cálculo correspondente.

6.8.8. DOCUMENTAÇÃO COMPLEMENTAR:

6.8.8.1. DECLARAÇÃO da licitante, elaborada em papel timbrado e subscrita por seu representante legal, conforme modelo do **ANEXO III.**

6.8.8.2. **DECLARAÇÃO** de cumprimento do disposto no inciso XXXIII do artigo 7º da Constituição Federal e da Lei nº 9.854, de 27 de outubro de 1999 (declaração de que não emprega menor), modelo do **ANEXO IX**.

VII DA ABERTURA DOS INVÓLUCROS:

7.1. Os Invólucros com as propostas técnicas (Invólucros nº 1 a nº 3) e as Propostas de Preços (Invólucro nº 4) serão entregues à Comissão Especial de Licitação, em sessão pública, na data, local e horário, neste determinados, gravada em áudio e vídeo, conforme §§ 2º e 5º do Art. 17 da Lei Federal nº 14.133/2021.

7.1.1. Não havendo expediente ou ocorrendo qualquer fato superveniente que impeça a realização do certame na data marcada, a sessão será automaticamente transferida para o primeiro dia útil subsequente, no mesmo horário e local anteriormente estabelecido, desde que não haja comunicação da Comissão Especial de Licitação em contrário.

7.1.2. Os integrantes da Subcomissão Técnica não poderão participar das sessões de recebimento e abertura dos Invólucros com as Propostas Técnicas e de Preço.

7.1.3. Fica proibida a captação de imagem por fotos ou qualquer tipo de gravação dos Planos de Comunicação Publicitária, a fim de garantir sigilo das Propostas Técnicas.

7.1.4. Qualquer manifestação a respeito das Propostas e da Habilitação, pelas licitantes, poderá ser feita durante as sessões públicas, no momento determinado para tal pela Comissão Especial de Licitação.

7.2. PRIMEIRA SESSÃO:

7.2.1 Abertura da sessão pública de licitação será realizada no dia, hora e local previsto no preâmbulo deste Edital e terá a seguinte pauta inicial:

7.2.1.1. Identificação e credenciamento dos representantes das licitantes, por meio do(s) documento(s) exigido(s) no subitem 5.2, colhendo a assinatura dos presentes em uma lista;

7.2.1.2. Após 10 (dez) minutos do horário marcado para recebimento dos Invólucros, nenhum outro envelope, documento ou embalagem será recebido.

7.2.1.2.1. Os representantes das licitantes presentes na sessão, deverão em comum acordo, indicar um deles para representar todos os licitantes com o fim de acompanhar a abertura dos invólucros e rubricar o conteúdo dos mesmos, quando solicitado pela Comissão Especial de Licitação.

7.2.1.2.2. A Comissão Especial de Licitação, antes do procedimento previsto no subitem seguinte, adotará medidas para evitar que seus membros e ou o representante das licitantes possam, ainda que acidentalmente, identificar a autoria de algum Plano de Comunicação Publicitária.

7.2.1.3. Após o credenciamento a Comissão Especial de Licitação irá receber os invólucros 1,2,3 e 4:

7.2.1.3.1. O Invólucro padronizado n.º 1 – Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada (Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia), deverá ser entregue fechado e não poderá ter nenhuma identificação na parte externa, não poderá apresentar marca, sinal, etiqueta ou outro elemento que possibilite a identificação do licitante, não poderá estar danificado ou deformado pelas peças, material ou demais documentos nele acondicionados de modo a possibilitar a identificação do licitante, para preservar – até a abertura do Invólucro n.º 2 – o sigilo quanto à autoria do Plano de Comunicação Publicitária.

7.2.1.3.2. Havendo motivos para o não recebimento do Invólucro nº 1, também impedirá o recebimento dos demais Invólucros da mesma licitante, que será desclassificada.

7.2.1.4. A Comissão Especial de Licitação e todos Representantes credenciados presentes deverão assinar/rubricar, no fecho dos Invólucros **nº 2 e nº 4** que permanecerão fechados sob a guarda da Comissão Especial de Licitação, até a sessão designada para abertura de cada um deles.

7.2.1.5. A Comissão Especial de Licitação deverá abrir os Invólucros padronizados nº 1 (Via Não Identificada), com muito cuidado para não danificar o conteúdo produzido pelas agências, e verificar se tem algum elemento que

possa identificar a licitante, após a verificação a Comissão Especial de Licitação e o representante eleito dentre as Licitantes, se for o caso, deverão visar o conteúdo dos invólucros nº 1.

7.2.1.6. Após, a Comissão Especial de Licitação abrirá os Invólucros de nº 03, rubricando os seus conteúdos juntamente com o representante eleito dentre as Licitantes.

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

7.2.2.2. A Comissão Especial de Licitação 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.

7.2.3. Abertos os **Invólucros nº 1 e nº 3**, as licitantes não poderão desistir de suas Propostas, salvo por motivo justo decorrente de fato superveniente e aceito pela Comissão Especial de Licitação.

7.2.3.1. Se houver desistência expressa em ata de todas as licitantes do direito de recorrer em relação às decisões tomadas pela Comissão Especial de Licitação na Primeira Sessão, os procedimentos de licitação terão continuidade com a informação de que as licitantes serão convocadas para a próxima sessão na forma deste Edital.

7.2.4. Após a análise e os trâmites administrativos pertinentes ao conteúdo dos Invólucros nº 1 e nº 3 observarão os seguintes procedimentos:

a) A Comissão Especial de Licitação irá suspender a primeira sessão, e posteriormente seguir os tramites de envio para a análise individualizada e julgamento pela Subcomissão Técnica das vias não identificadas do Plano de Comunicação Publicitária e Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Solução de Problema de Comunicação, devendo elaborar a Ata da Sessão de recebimento dos Invólucros, de Nºs 01, 02, 03 e 04.

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

c) Após análise individualizada e julgamento pela Subcomissão Técnica, cada membro avaliador(a) deverá transcrever na planilha as pontuações e as justificativas escrita das razões que as fundamentaram em cada caso; sendo uma planilha de pontuações para cada licitante e para cada avaliador(a), tendo como referência o mesmo Mote/Conceito da Campanha para todos avaliadores ao final do documento cada avaliador(a) deverá inserir dados pessoais e assinar a ata relativa ao julgamento.

d) A Subcomissão Técnica deverá encaminhar para a Comissão Especial de Licitação, as Atas de Julgamentos Individualizados dos Invólucros nº 01 e os Invólucros nº 01 com seus conteúdos.

e) A Comissão Especial de Licitação encaminhará para a Subcomissão Técnica, os Invólucros nº 3, Conjunto de Informações das Licitantes com a Capacidade de Atendimento, o Repertório e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação;

f) A Subcomissão Técnica deverá efetuar a análise individualizada, julgamento e justificativas, da Capacidade de Atendimento, do Repertório e dos Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, de acordo com os critérios especificados neste Edital;

g) Após análise individualizada e julgamento pela Subcomissão Técnica, cada membro avaliador(a) deverá transcrever na planilha as pontuações e as justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso; sendo uma planilha de pontuações para cada licitante e para cada avaliador(a), ao final do documento cada avaliador(a) deverá inserir dados pessoais e assinar cada ata relativo ao seu julgamento.

h) A Subcomissão Técnica após elaboração das planilhas com as pontuações e justificativas, gerar Ata da análise, na qual deverá ser assinada por todos(as) avaliadores(as).

i) A Subcomissão Técnica deverá encaminhar para a Comissão Especial de Licitação, as Atas de Julgamentos Individualizados dos Invólucros nº 01 e os Invólucros nº 03 com seus conteúdos.

7.2.5. Os membros da Subcomissão Técnica lançarão nota individual para cada quesito e seus atributos do Plano de Comunicação Publicitária, bem como do Conjunto de Informações, e, elaborarão em conjunto, as motivações das notas para cada quesito analisado em planilhas.

7.2.6. As planilhas deverão conter, respectivamente, as pontuações de cada membro para cada quesito e correspondentes atributos do Plano de Comunicação Publicitária apresentado pelas licitantes e as pontuações de cada membro para os quesitos e correspondentes atributos do Conjunto de Informações: Capacidade de Atendimento, Repertório e Relato de Solução de Problemas de Comunicação de cada Licitante.

7.2.7. Se houver desclassificação de alguma Proposta Técnica por descumprimento de disposições do instrumento convocatório, **ainda assim será atribuída pontuações a seus quesitos, a ser lançada em planilhas que ficarão acondicionadas em invólucro fechado e rubricado no fecho** pelos membros da Subcomissão Técnica, ficando assim, de posse da Comissão Especial de Licitação, até que expirem os prazos para interposição de recursos relativos a essa fase.

7.2.8. 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 do Invólucro nº 2.

7.3 SEGUNDA SESSÃO:

7.3.1. A segunda sessão terá a seguinte pauta:

a) identificação dos representantes das licitantes. Caso a licitante não tenha tido representante na sessão anterior, deverá se identificar por meio do(s) documento(s) exigido(s) no subitem 5.2; caso' seja o(a) mesmo(a) representante já credenciado na primeira sessão não tem a necessidade de apresentar novamente a documentação.

b) Ato contínuo abertura dos Invólucros nº 2;

c) A Comissão Especial de Licitação e o representante eleito pelos Licitantes deverão rubricar o conteúdo dos Invólucros nº 2, e posteriormente efetuar o cotejo das vias não identificadas (Invólucro nº 1) com as vias identificadas (Invólucro nº 2) do Plano de Comunicação Publicitária, para identificação de sua autoria. (exemplo do cotejo, comparar o conteúdo da primeira página do caderno 1, com a primeira página do caderno 2, já será identificado a agência autora da proposta).

d) verificação da pontuação total obtida pelos licitantes, considerados os dois Invólucros (nº 1 e nº 3), julgados pela Subcomissão Técnica, para efeito de obtenção da pontuação mínima prevista na alínea "c" do subitem 8.4 e proclamação do resultado da Proposta Técnica.

d1) Executar o sorteio previsto no subitem 8.15, quando for o caso.

d2) Elaboração de planilha geral com as pontuações, obtendo-se a classificação dessa etapa.

7.3.2. Será proclamado resultado do julgamento geral da proposta técnica, registrando em Ata as propostas em ordem de classificação, assim como as licitantes que foram desclassificadas.

7.3.3. Será proclamado resultado do julgamento geral da proposta técnica, registrando em Ata as propostas em ordem de classificação crescente, assim como as licitantes que foram desclassificadas.

7.3.4. Havendo a presença de todas as Licitantes, bem como a desistência expressa das mesmas quanto ao direito de interpor recurso, dever-se-á constar em Ata, pelo que Comissão Especial de Licitação dará prosseguimento ao certame.

7.4. TERCEIRA SESSÃO:

7.4.1. Decididos os recursos, ou, ainda, transcorrido o prazo para sua interposição, a Comissão Especial de Licitação designará nova data e horário para a sessão de abertura das Propostas de Preço – **Invólucro nº 4** das Licitantes classificadas. A sessão pública terá a seguinte pauta:

a) identificação dos representantes das licitantes. Caso a empresa não tenha tido representante nas sessões anteriores, a licitante deverá se identificar por meio do(s) documento(s) exigido(s) no subitem 5.2;

b) abertura dos Invólucros nº 4, exame e rubrica de seus conteúdos pela Comissão Especial de Licitação e representantes;

c) julgamento das Propostas de Preço, nos termos das exigências fixadas no Edital, registrando em Ata as propostas em ordem de classificação, adotando-se o procedimento e regras previstas para o julgamento da Proposta de Preço e pontuação final, de acordo com o resultado obtido na média ponderada através das valorizações nas propostas técnicas e de preço;

d) informar que o resultado do julgamento final da Proposta de Preço e das Propostas será publicado, com a indicação da ordem de classificação, abrindo-se prazo para interposição de recurso.

e) Havendo a presença de todas as Licitantes, bem como a desistência expressa das mesmas quanto ao direito de interpor recurso, dever-se-á constar em Ata, pelo que Comissão Especial de Licitação dará prosseguimento ao certame.

7.5. QUARTA SESSÃO:

7.5.1. Decididos os recursos, ou, ainda, transcorrido o prazo para sua interposição, a Comissão Especial de Licitação designará nova data e horário para a sessão de recebimento e abertura dos documentos de Habilitação – **Invólucro nº 5** das Licitantes classificadas. A sessão pública terá a seguinte pauta:

a) identificação dos representantes das licitantes. Caso a empresa não tenha tido representante nas sessões anterior, a licitante deverá se identificar por meio do(s) documento(s) exigido(s) no subitem 5.2;

b) recebimento e abertura dos **Invólucros nº 5,** das licitantes classificadas e decidir sobre a habilitação, conforme exigências fixadas no Edital;

c) caso a Comissão Especial de Licitação julgue necessário fazer o exame internamente, encerra-se a sessão, sendo o julgamento publicado posteriormente;

d) Informar o resultado da Habilitação;

e) Do resultado do julgamento habilitação e inabilitação, com a indicação dos

proponentes habilitados e inabilitados, abrindo-se prazo de no prazo de 3 (três) dias úteis para interposição de recurso.

e) Havendo a presença de todas as Licitantes, bem como a desistência expressa das mesmas quanto ao direito de interpor recurso, dever-se-á constar em Ata, pelo que Comissão Especial de Licitação dará prosseguimento ao certame.

VIII JULGAMENTO DAS PROPOSTAS

8.1 DA PROPOSTA TÉCNICA

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

8.1.2. A Subcomissão Técnica fará a avaliação das propostas das vias não identificadas atribuindo uma sequência numérica a cada uma das Propostas não identificadas, constantes dos Invólucros nº 1.

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

8.2.1. Plano de Comunicação Publicitária

8.2.1.1 Raciocínio Básico – 20 pontos

a) Acuidade de compreensão das funções e do papel da Câmara Municipal de São Felix do Xingu nos contextos social, político e econômico; (máximo de 5 pontos)

b) Da natureza, da extensão e da qualidade das relações da Câmara Municipal de São Felix do Xingu com seus públicos; (máximo de 5 pontos)

c) Das características da Câmara Municipal de São Felix do Xingu e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária; (máximo de 5 pontos)

d) O entendimento do problema e dos objetivos de comunicação estabelecidos pelo briefing; (máximo de 5 pontos)

8.2.1.2. Estratégia de Comunicação Publicitária – 20 pontos

a) O entendimento das questões apresentadas e o grau em que a campanha apresentada atende ao briefing; (máximo de 5 pontos)

b) A adequação dos conceitos e das linhas de comunicação propostos e as possibilidades de desdobramentos positivos para a comunicação da Câmara Municipal de São Felix do Xingu com seus diversos públicos; (máximo de 7 pontos)

c) A consistência lógica e a clareza na argumentação; (máximo de 8 pontos)

8.2.1.3. <u>Ideia Criativa – 20 pontos</u>

a) A relação de coerência e consequência com o que estiver proposto na Estratégia de Comunicação; (máximo de 5 pontos)

b) Sua pertinência às atividades da Câmara Municipal de São Felix do Xingu e à sua inserção na sociedade; (máximo de 5 pontos)

c) A qualidade criativa das peças publicitárias apresentadas; (máximo de 5 pontos)

d) A compatibilidade da linguagem das peças aos meios propostos; (máximo de 5 pontos)

8.2.1.4. <u>Estratégia de Mídia e Não Mídia</u> – 10 pontos

a) A criatividade e o conhecimento demonstrados na definição da estratégia e na escolha dos meios; (máximo de 3 pontos)

b) O conhecimento dos hábitos de consumo de meios dos diversos públicos e a capacidade analítica demonstrada no exame desses hábitos; (máximo de 3 pontos)

c) A economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças; (máximo de 4 pontos).

Conjunto de Informações

8.2.2. Capacidade de Atendimento – 10 pontos

a) Relação da equipe técnica (com currículo resumido de cada profissional) que estará à disposição da Câmara Municipal de São Felix do Xingu; (máximo de 4 pontos)

b) As estruturas técnica e operacional da licitante para suprir as necessidades da conta publicitária a ser atendida; (máximo de 3 pontos)

c) A sistemática de atendimento a ser adotada no relacionamento entre a licitante e a equipe técnica da Câmara Municipal de São Felix do Xingu; (máximo de 3 pontos)

8.2.3. Repertório – 10 pontos - A Ideia criativa e sua pertinência ao problema que a licitante se propôs a resolver; (máximo de 4 pontos)

b) Qualidade da execução e do acabamento das peças; (máximo de 3 pontos)

c) Clareza da exposição das informações prestadas; (máximo de 3 pontos)

8.2.4. Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação – 10 pontos

a) Evidência de planejamento publicitário; (máximo de 5 pontos)

b) Consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução; (máximo de 5 pontos)

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

Quesitos		**Pontos**
Plano de Comunicação Publicitária		**70**
Raciocínio Básico	20	
Estratégia de Comunicação Publicitária	20	
Ideia Criativa	20	
Estratégia de Mídia e Não Mídia	10	
Conjunto de Informações		**30**
Capacidade de Atendimento 10		
Repertório 10		
Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação 10		
Pontuação Máxima Total		**100**

8.3.1 A pontuação do quesito corresponderá à média aritmética dos pontos de cada membro da Subcomissão Técnica, e, a pontuação de cada licitante corresponderá à soma da média dos pontos dos quesitos.

8.3.1.1. Cada membro da Subcomissão Técnica atribuirá pontos individuais a cada um dos quesitos e seus atributos, de acordo com as pontuações máximas, **obedecidos intervalos de 0,5 (meio) ponto.**

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

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

8.3.3. Se houver desclassificação de alguma proposta técnica por

descumprimento de disposições do instrumento convocatório, ainda assim será atribuída pontuações a seus quesitos, a ser lançada em planilhas que ficarão acondicionadas em invólucro fechado e rubricado no fecho pelos membros da Subcomissão Técnica, até que expirem os prazos para interposição de recursos.

8.3.4. Afim de subsidiar a correspondência entre os atributos acima elencados aos quesitos/atributos e as notas a eles concedidas, poderá ser aplicada pelos Membros da Subcomissão Técnica, de forma alternativa e/ou complementar na análise técnica dos quesitos, as vinculações motivadoras abaixo:

I - Parcialmente atendido (de 0 a 40% da nota máxima)
Quando o proposto contempla parcialmente os aspectos do quesito/atributo em julgamento, conforme o briefing e critérios estabelecidos em edital para o aspecto a ser avaliado, e/ou com desvios significativos do que foi solicitado.

II - Medianamente atendido (mais de 40 até 70% da nota máxima)
Quando o proposto contempla satisfatoriamente os aspectos do quesito/atributo em julgamento, conforme o briefing e critérios estabelecidos em edital para o aspecto a ser avaliado, mas, com pequenos desvios do que foi solicitado.

III - Plenamente atendido (mais de 70 até 100% da nota máxima)
Quando o proposto contempla integralmente os aspectos do quesito/atributo em julgamento, conforme o briefing e critérios estabelecidos em edital para o aspecto a ser avaliado, e/ou possui apenas irrelevantes detalhes e desvios do que foi solicitado.

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

8.4 Será desclassificada a Proposta que:

a) Que não contiver todos os dados exigidos no Edital e seus anexos e/ou que descumprir as exigências formais neles previstas;

b) Obtiver pontuação zero em quaisquer dos quesitos de sua proposta técnica.

c) Não alcançar, no julgamento de sua Proposta Técnica aquelas que não obtiveram no mínimo 70% (setenta por cento) dos pontos da Proposta Técnica (invólucros 1 e 3), ou seja, menos de 49 (quarenta e nove) pontos no Plano de Comunicação Via Não Identificada e menos de 21 (vinte e um) pontos no Conjunto de Informações.

DO JULGAMENTO DAS PROPOSTAS DE PREÇOS

8.5. As Propostas de Preços deverão ser apresentadas apenas com as informações constantes do **ANEXO IV -** Modelo de Proposta de Preços.

8.6. 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.

8.7. As Propostas de Preços das licitantes classificadas no julgamento das Propostas Técnicas serão analisadas quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Edital e em seus anexos.

8.8. Será desclassificada a Proposta de Preços que apresentar preços baseados em outra Proposta, que contiver qualquer item condicionante para a entrega dos serviços, ou incidir em desobediência às regras deste Edital.

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

a) percentual de desconto sobre os custos internos, baseado na Lista de Referência de Custos Internos do Sindicato das Agência de Propaganda do Estado de Pará – SINAPRO/PA, em vigor na data de publicação deste Edital, a ser concedido pela agência ao Câmara de São Felix do Xingu;

b) percentual de honorários sobre serviços externos de produção e à execução técnica de peça e ou material intermediados e supervisionados pela agência; e, sobre a execução de pesquisas e de outros instrumentos, de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas ou a serem realizadas, sobre o valor respectivo pago pelo Câmara de São Felix do Xingu

c) percentual de honorários quando a responsabilidade da Agência limitar-se-á exclusivamente à contratação ou pagamento do serviço ou suprimento, sobre o valor respectivo pago pelo Câmara de São Felix do Xingu

d) percentual de remuneração sobre o valor da mídia digital adquirida com a intermediação da agência, nos casos em que os veículos não remunerem a agência pelo Desconto Padrão.

8.10. A proposta também deve consignar, sem estar sujeita à pontuação, que irá praticar os abaixo definidos percentuais máximos a serem pagos pelo Câmara de São Felix do Xingu

8.10.1. 70 % (setenta por cento) a atores e modelos, sobre o cachê original, pelos direitos de uso de imagem e som de voz, na reutilização de peças por período igual ao inicialmente pactuado;

8.10.2. 70 % (setenta por cento) sobre o valor original da cessão dos direitos, aos detentores dos direitos patrimoniais de uso de obras consagradas, incorporadas a peças na reutilização das peças por direito igual ao inicialmente pactuado.

8.11 A proposta de política de preços deverá levar em consideração que o Câmara de São Felix do Xingu efetuará o pagamento nos prazos cabíveis e

adequados no mercado a contar do recebimento da nota fiscal.

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

8.12.1. A classificação da Proposta de Preços se dará da seguinte forma:

a) Percentual de **desconto** sobre a Lista de Referência de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Pará, fixados no limite estabelecido nos quesitos 6.4:

PONTOS	PERCENTUAL DE DESCONTO SOBRE A LISTA DE CUSTOS INTERNOS
40	De 70% ou acima
30	De 65% a 69,99%
20	De 40% a 64,99%
10	De 30% a 39,99%

b) Percentual de **honorários** incidente sobre os preços de: serviços prestados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material; de serviços especializados prestados por fornecedores referentes ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes à execução do contrato; de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias:

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

c) Percentual de **honorários**, quando a responsabilidade da Agência se limitar exclusivamente à contratação ou pagamento do serviço ou suprimento, sobre o valor respectivo.

PONTOS	PERCENTUAL DE HONORÁRIOS
20	Até 5%
18	6%
16	7%
14	8%
12	9%
10	10%

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

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

8.12.2 Será considerada a melhor Proposta de Preço, aquela que atingir a maior pontuação através da fórmula do item 8.12.3:

NPP= Nota final da Proposta de Preço

D1 – Pontuação aplicada ao Desconto sobre a Lista de Referência de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Pará;

D2 – Pontuação aplicada ao Percentual de honorários incidente sobre os preços de: serviços prestados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material; de serviços especializados prestados por fornecedores referentes ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes à execução do contrato; de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias;

D3 – Pontuação aplicada ao Percentual de honorários quando a responsabilidade da Agência limitar-se-á exclusivamente à contratação ou pagamento do serviço ou suprimento, sobre o valor respectivo.

D4 - Pontuação aplicada ao percentual de remuneração sobre a contratação de mídia digital com a intermediação da agência, quando o veículo não remunere a agência pelo desconto de agência.

8.12.3. A nota da Proposta de Preços será encontrada aplicando-se a fórmula: **NPP= D1+D2+D3+D4**

C) DO JULGAMENTO FINAL DAS PROPOSTAS

8.13. A Pontuação Final será obtida através da fórmula abaixo:

NPF = (NPT X 0,70) + (NPP X 0,30), onde:

NPF = Nota Ponderada Final

NPT = Nota relativa à Proposta Técnica NPP = Nota relativa à Proposta de Preço.

8.14. Para efeito de desempate entre as licitantes que obtiverem a mesma Nota Média Ponderada Final, será considerada a maior nota obtida nos seguintes quesitos, pela ordem:

a) Raciocínio Básico;

b) Ideia Criativa.

8.15. Persistindo o empate na classificação final, após verificadas as normas de desempate estabelecidas acima, serão aplicados os critérios de desempate previstos no Art. 60 da Lei Federal nº 14.133/2021.

8.16. A Comissão Especial de Licitação e a Subcomissão Técnica, conforme o caso, poderão, no interesse da Câmara Municipal, relevar aspectos puramente formais nas Propostas e nos Documentos de Habilitação apresentados pelas licitantes, desde que não comprometam a lisura e o caráter competitivo do certame.

8.17. Será considerada vencedora, a licitante mais bem classificada no julgamento final da média ponderada entre as Propostas Técnicas e de Preços.

8.18. Será assegurado, como critério de desempate, preferência de contratação para microempresas e empresas de pequeno porte, entendendo-se como empate aquelas situações em que o resultado final, constituindo pela média ponderada das pontuações das Propostas Técnica e de Preço, alcançada pelas microempresas e empresas de pequeno porte, sejam iguais à média ponderada apresentada pela licitante mais bem classificada e desde que não seja uma microempresa ou empresa de pequeno porte.

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

8.18.2. A empresa de pequeno porte que usufruir dos benefícios de que trata a lei complementar n. 123/2006 deverá apresentar, na forma da lei, juntamente com os documentos de habilitação, a declaração de que não se encontra em nenhuma das situações do parágrafo 4º. do artigo 3º. do citado dispositivo e que no cano calendário da realização da licitação, ainda não celebrou contratos com

a Administração Pública cujos valores somados extrapolem a receita máxima admitida para fins de enquadramento como empresa de pequeno porte.

8.19. Do resultado do julgamento da classificação final das propostas caberá recurso.

9. DA ANÁLISE DE HABILITAÇÃO

9.1. Os Documentos de Habilitação – Invólucro nº 5, devidamente lacrado e constantes do item 6.8 do edital, deverão ser entregues à Comissão Especial de Licitação pelas licitantes classificadas no julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços, no dia, hora e local previstos na convocação da sessão a ser realizada para esse fim.

9.1.1. O Invólucro nº 5 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.**

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

9.2. A Comissão Especial de Licitação analisará os Documentos de Habilitação das licitantes na ordem de classificação, e julgará habilitadas as que atenderem integralmente aos requisitos de habilitação exigidos neste Edital e em seus anexos.

9.2.1. Se nenhuma licitante restar habilitada, a Câmara Municipal de São Felix do Xingu reabrirá 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 8 (oito) dias úteis, em atenção aos princípios da eficiência e da economicidade, mantidas, neste caso, todas as condições preestabelecidas.

9.3. DISPOSIÇÕES GERAIS SOBRE OS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO:

9.3.1. Serão aceitas certidões positivas de débito, com efeitos de negativa.

9.3.2. A documentação conforme o caso deverá ser compatível com as respectivas inscrições nas esferas Federal, Estadual e Municipal, sendo vedada, na apresentação, a mesclagem dos documentos de estabelecimentos diversos (números de inscrição no C.N.P.J. e I.E.).

9.3.3. S a licitante for a matriz, todos os documentos deverão estar em nome da matriz, e se for a filial, todos os documentos deverão estar em nome da filial, exceto aqueles documentos que, pela própria natureza, comprovadamente, forem emitidos somente em nome da matriz.

9.3.4. Para efeito da validade das certidões de regularidade de situação perante a Administração Pública, se outro prazo não constar da lei ou do próprio

documento, será considerado o lapso de 180 (cento e oitenta) dias entre a data de sua expedição e a da abertura do certame.

9.3.5. A aceitação dos documentos obtidos via "internet" ficará condicionada à confirmação de sua validade, também por esse meio, pela Comissão Especial de Licitação.

9.3.6. Os documentos poderão ser apresentados no original, por qualquer processo de cópia reprográfica autenticada por tabelião por força de Lei, ou a publicação em órgão da imprensa na forma da lei e serão anexados ao processo licitatório, inclusive na hipótese da apresentação de documentos originais.

9.3.7. Os documentos exigidos para habilitação, não poderão, em hipótese alguma, ser substituídos por protocolos que configurem o seu requerimento, não podendo, ainda, ser apresentados posteriormente ao prazo fixado para a abertura do certame.

10. DA ADJUDICAÇÃO, DA HOMOLOGAÇÃO, E CONTRATO:

10.1. Após o julgamento final da Habilitação, e em não havendo interposição de recurso, ou havido a sua desistência ou, ainda, julgados os recursos interpostos, a Comissão Especial de Licitação, antes da homologação do resultado desta concorrência, elaborará e apresentará o relatório à autoridade superior, para análise dos aspectos técnico-publicitários.

10.2. Efetuado o relatório pela Comissão Especial de Licitação, e após sua apreciação pela autoridade superior, homologará ou não o resultado e, assim, aprovará ou não a adjudicação do objeto desta concorrência à vencedora.

10.2.1. As cláusulas gerais do instrumento contratual constam do **ANEXO X**, deste Edital.

10.3. A adjudicatária deverá no prazo de 05 (cinco) dias úteis, contados da data da convocação, comparecer para assinatura do contrato, observado o prazo de validade da proposta.

10.4. O prazo para assinatura do contrato poderá ser prorrogado por igual período mediante solicitação expressa da adjudicatária.

10.5. Na hipótese do não atendimento à convocação para assinatura do instrumento contratual ou havendo recusa em recebê-lo, fica facultado à Administração, desde que haja conveniência, proceder a adjudicação às demais licitantes, observada a ordem de classificação das propostas.

11. DA FISCALIZAÇÃO:

11.1 A Câmara Municipal de São Felix do Xingu nomeará Fiscal para realizar a fiscalização do Contrato resultante desta Concorrência e registrar em

relatório todas as ocorrências, deficiências, irregularidades ou falhas porventura observadas na execução dos serviços e terão poderes, entre outros, para notificar a contratada, objetivando sua imediata correção.

11.2 A fiscalização da execução do contrato será exercida por um fiscal titular e na falta deste por um substituto, ao qual competirá velar pela perfeita execução do objeto, em conformidade com o previsto no Edital, seus anexos e na Proposta da CONTRATADA e neste Instrumento.

11.3 Em caso de eventual irregularidade, inexecução ou desconformidade na execução do Contrato, o agente fiscalizador dará ciência a CONTRATADA, por escrito, para adoção das providências necessárias para sanar as falhas apontadas.

11.4 A fiscalização de que trata esta cláusula não exclui, nem reduz a responsabilidade da CONTRATADA por quaisquer irregularidades, inexecuções ou desconformidades havidas na execução do objeto, aí incluídas imperfeições de natureza técnica ou aquelas provenientes de vício redibitório, como tal definido pela lei civil.

12. DO RECEBIMENTO DO OBJETO

12.1. O objeto desta licitação será recebido pela unidade requisitante, consoante o disposto no artigo 140 da Lei 14.133/21 e demais normas pertinentes:

a) provisoriamente, pelo responsável por seu acompanhamento e fiscalização, mediante termo detalhado, quando verificado o cumprimento das exigências de caráter técnicos.

b) definitivamente, por servidor ou comissão designada pela autoridade competente, mediante termo detalhado que comprove o atendimento das exigências contratuais.

12.2. Constatadas irregularidades na execução do objeto o Câmara de São Felix do Xingu poderá:

a) Refutá-lo no todo ou em parte, determinando a substituição de produto, refazimento dos serviços ou rescindir a contratação, sem prejuízo das penalidades previstas.

b) Na hipótese de substituição de produto ou refazimento de serviços, a contratada deverá fazê-lo em conformidade com as condições estabelecidas no instrumento contratual, no prazo máximo de 15 dias, contados da notificação por escrito, sem que isto implique em quaisquer ônus para o Câmara de São Felix do Xingu

c) Na impossibilidade de serem substituídos ou refeitos, aplicar-se-ão as sanções cabíveis.

12.3.1 Os direitos autorais, patrimoniais de uso das ideias (incluídos os estudos, análise e planos), pela licitante Contratada, sobre peças, acompanhadas de demais materiais de publicidade, de sua propriedade exclusiva, ou de seus empregados ou prepostos, concebidos, criados ou produzidos em decorrência deste contrato serão cedidos ao Câmara de São Felix do Xingu.

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

12.3.3 O valor dessa cessão está integralmente incluído nas modalidades de remuneração no contrato.

12.3.4 Os direitos patrimoniais poderão ser usados pela Câmara Municipal de São Felix do Xingu em todas as suas modalidades de utilização, diretamente ou por intermédio de terceiros.

12.3.5 Quando necessário realizar contratações que envolvam direitos de autor e conexos de terceiros, o Câmara de São Felix do Xingu solicitará a quem de direito a concessão por prazo, finalidade, território e preço, inclusive quando à eventual renovação do contrato, dos direitos autorais e conexos de suas respectivas titularidades.

12.3.6 A licitante se compromete fazer constar, em destaque, em todos os orçamentos de produção, o custo com cachês, os de cessão de direitos de uso obra(s) consagrada(s) incorporada(s) à peça e os de cessão dos demais direitos de autor e conexos.

12.3.7 O Câmara de São Felix do Xingu será o único proprietário das peças e demais materiais físicos e/ou digitais oriundos do cumprimento do contrato fruto da licitação para com a Agência.

13. CONDIÇÕES DE PAGAMENTO:

13.1. O(s) pagamento(s) serão efetuados, no prazo de até 30 (trinta) dias a contar do recebimento da Nota Fiscal devidamente atestada e será observada a ordem cronológica dos encargos, excepcionada está de acordo com os incisos I a V do parágrafo 1º. do artigo 141 da Lei 14.133/21.

13.1.1. Caso venha a ocorrer exigência de providências a serem cumpridas pela contratada, a fluência do prazo será interrompida, reiniciando-se a sua contagem a partir da data em que estas forem cumpridas, a critério da Administração.

13.2. O pagamento será efetuado por crédito em conta corrente, mediante transferência bancária ou, excepcionalmente, a critério da Administração, nos termos da legislação vigente.

13.3. O objeto da Nota Fiscal deverá ser compatível com o contrato social sob pena de não ser efetuado o pagamento.

13.4. Para fins de liquidação e pagamento de despesas deverão ser atendidas

as exigências legais.

13.5. Nos casos de eventuais atrasos de pagamento, desde que a Contratada não tenha concorrido, de alguma forma, para tanto, fica convencionado que a taxa de compensação financeira devida pela Contratante, entre a data do vencimento e o efetivo adimplemento da parcela, será calculada mediante a aplicação da seguinte fórmula:

EM = I x N x VP, sendo:
EM = Encargos Moratórios;
N = Número de dias entre a data prevista para o pagamento e a do efetivo pagamento;
VP = Valor da parcela a ser paga;
I = Índice de compensação financeira = 0,00012329, assim apurado: I = (TX)
I = (6/100)/365 ‘ I = 0,00012329

TX = Percentual da taxa anual = 4,5%

• De acordo com a meta da inflação fixada pela Resolução 4.499/2016 do Banco Central do Brasil.

13.6. Não será permitido pagamento antecipado, parcial ou total, relativo a parcelas contratuais vinculadas ao fornecimento de bens ou à prestação de serviços.

13.7. Excepcionalmente a antecipação de pagamento será permitida se propiciar sensível economia de recursos ou se representar condição indispensável para a obtenção do bem ou para a prestação do serviços, notadamente quando decorrer de aquisição de espaço/tempo publicitário junto a veículos de divulgação, em que a concessão de descontos, sobre os preços de tabelas públicas dos veículos de comunicação, demonstrem efetivo e expressivo benefício à Administração Pública.

14. PENALIDADES:

14.1. A licitante ou contratada que descumprir quaisquer das cláusulas deste edital, conforme disposições do artigo 155 da Lei 14.133/21 ou do instrumento contratual ficará sujeita às penalidades previstas no artigo 156 e seguintes da Lei 14.133/21.

14.1.1. A licitante ou o contratado será responsabilizado administrativamente pelas seguintes infrações:

I – dar causa à inexecução parcial do contrato;

II – dar causa à inexecução parcial do contrato que cause grave dano à Administração, ao funcionamento dos serviços públicos ou ao interesse coletivo;

III – dar causa à inexecução total do contrato;

IV – deixar de entregar a documentação exigida para o certame;

V – não manter a proposta, salvo em decorrência de fato superveniente devidamente justificado;

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

VII – ensejar o retardamento da execução ou da entrega do objeto da licitação, sem motivo justificado;

VIII – apresentar declaração ou documentação falsa exigida para o certame ou prestar declaração falsa durante a licitação ou a execução do contrato;

IX – fraudar a licitação ou praticar ato fraudulento na execução do contrato;

X – comportar-se de modo inidôneo ou cometer fraude de qualquer natureza;

XI – praticar atos ilícitos com vistas a frustrar os objetivos da licitação;

XII – praticar ato lesivo previsto no artigo 5º da Lei n. 12.846, de 1º. de agosto de 2013.

14.2. Serão aplicadas ao responsável pelas infrações administrativas constantes do artigo 155 da lei 14.133/21 e relacionadas no subitem 14.1.1. deste edital, as seguintes infrações:

I – advertência;
II – multa;

III – impedimento de licitar e contratar;

IV – declaração de inidoneidade para licitar ou contratar.

14.2.1. A sanção de advertência será aplicada exclusivamente pela infração administrativa de dar causa à inexecução parcial do contrato.

14.2.2. A sanção de multa, será de no mínimo 0,5% (meio por cento) e no máximo de 30-% (trinta por cento) do valor do contrato licitado ou celebrado com contratação direta, aplicável ao responsável pelas infrações constantes do artigo 155 da Lei 14.133/21.

14.2.3. A sanção de impedimento de licitar e contratar será aplicada ao responsável pelas infrações administrativas de dar causa à inexecução parcial do contrato que cause grave dano à administração; de dar causa à inexecução total do contrato; de deixar de entregar a documentação exigida para o certame; de não manter a proposta, salvo em decorrência de fato superveniente devidamente justificado; de não celebrar o contrato ou não entregar a documentação exigida para a contratação, quando convocado dentro do prazo de validade de sua proposta e de ensejar o retardamento da execução ou da entrega do objeto da licitação sem motivo justificado.

14.2.4. A aplicação das sanções previstas no artigo 156 da lei 14.133/21 não

exclui a obrigação de reparação integral do dano causado à Administração Pública.

14.3. Na aplicação das sanções previstas no artigo 156 da lei 14.133/21 será facultada defesa ao interessado nos prazos e condições especificadas no artigo 157 da mesma lei.

15. DOS RECURSOS:

15.1. Dos atos da Administração, inclusive dos julgamentos da Proposta Técnica, da Proposta de Preços e da Habilitação, cabem recursos distintos e em momentos distintos, na forma do disposto no artigo 11, incisos VIII, X e XIII da Lei 12.232/2010 , em face do critério da especialidade desta norma legal. Dessa forma, consideram-se ausentes de efeitos neste caso, as partes finais das redações dos citados incisos VIII, X e XIII da referida lei, onde determinam a aplicação da alínea "b" do inciso I do artigo 165 da Lei n. 14.133/21.

15.1.1 O prazo para interposição de cada um dos recursos possíveis neste certame (relativamente aos julgamentos das fases de Proposta Técnica, Proposta de Preço e Habilitação) será de 03 (três) dias úteis previsto no artigo 165, inciso I da Lei 14.133/21, contado da data da intimação de cada um dos julgamentos.

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

15.3 Os memoriais de recurso e as contrarrazões deverão ser interpostos e entregues, mediante petição, devidamente fundamentados e protocolados até às 17h00min do último dia do prazo, na Subsecretaria de Compras e Licitações no endereço Av. Cel. Tancredo, 670, Centro, 68380-000, São Felix do Xingu-Pará.

15.3.1. Os recursos e as contrarrazões poderão ser enviados através do e-mail licitacao@cmsaofelixdoxingu.pa.gov.br, desde que a peça recursal esteja anexada e devidamente assinada, sendo obrigatório a sua confirmação através de e-mail.

15.4 Os recursos intempestivos ou apresentados em desacordo com as condições deste Edital, não terão análise de mérito.

15.5 Não serão conhecidos os recursos enviados pelo correio, telex, fac-símile, correio eletrônico ou qualquer outro meio de comunicação, se dentro dos prazos previstos em lei as petições originais não tiverem sido protocolizadas.

15.6 A Comissão Especial de Licitação reserva-se o direito de, a qualquer momento, consultar os setores técnicos da Administração, em caso de dúvidas pertinentes à matéria.

16. DISPOSIÇÕES GERAIS:

16.1. Para solucionar quaisquer questões oriundas desta licitação, é competente, por disposição legal, o Foro da Comarca de São Felix do Xingu-

Pará.

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

16.2.1. Os envelopes das licitantes inabilitadas ou desclassificadas ficarão à disposição das interessadas por 30 (trinta) dias, contados do encerramento da licitação. Decorrido esse prazo sem que sejam retirados, a Câmara providenciará sua destruição.

16.3. Fica assegurado ao Câmara o direito de, no interesse da Administração, anular ou revogar, a qualquer tempo, no todo ou em parte, a presente licitação, dando ciência aos participantes, na forma da legislação vigente.

16.4. Será observado, ainda, quanto ao procedimento desta Concorrência:

16.4.1. A anulação do procedimento licitatório por motivo de ilegalidade não gera obrigação de indenizar.

16.4.2. A nulidade de procedimento licitatório induz à do contrato, ressalvado, ainda, o dispositivo citado no subitem imediatamente anterior.

16.4.3. No caso de desfazimento do processo licitatório, fica assegurado o contraditório e a ampla defesa.

16.5. As interessadas deverão ter pleno conhecimento dos elementos constantes do Edital, bem como de todas as condições gerais e peculiares do local onde serão executados os trabalhos, não podendo invocar nenhum desconhecimento como elemento impeditivo da formulação e sua proposta ou do perfeito cumprimento do Contrato.

16.6. As licitantes são responsáveis pela fidelidade e legitimidade das informações e dos documentos apresentados em qualquer fase da licitação, sob pena das sanções aplicáveis em cada caso, previstas neste edital, não se excluindo as de caráter civil e/ou criminal e o Câmara de São Felix do Xingu, não será, em nenhum caso, responsável por esses custos, independentemente da condução ou do resultado do processo licitatório.

16.7. É vedada a subcontratação, cessão ou transferência no todo ou em parte do objeto licitado, sem expressa anuência da Câmara Municipal de São Felix do Xingu.

16.8. Na contagem dos prazos estabelecidos neste Edital e seus Anexos, excluir-se-á o dia do início e incluir-se-á o do vencimento. Só se iniciam e vencem os prazos em dias de expediente na Câmara Municipal de São Felix do Xingu.

16.9. Os demais atos relativos a esta licitação serão realizados mediante publicação na Imprensa Oficial ou outro meio legal.

16.10. As normas disciplinadoras desta licitação serão interpretadas em favor da ampliação da disputa, respeitada a igualdade de oportunidade entre os participantes e desde que não comprometam o interesse público, a finalidade e a segurança da contratação.

16.11. As partes responderão por perdas e danos pelo inadimplemento de suas obrigações contratuais, além de outras cominações definidas na legislação em vigor.

16.12. Os casos omissos, assim como as dúvidas, serão resolvidos pela Comissão Especial de Licitação e Subcomissão Técnica, com base na Lei Federal n°
12.232 e, de forma complementar, pelas Leis Federais nº 4.680 e 14.133/2021 e suas alterações, bem como
legislações pertinentes

17. FAZEM PARTE INTEGRANTE DO PRESENTE EDITAL:

ANEXO I – Briefing
ANEXO II – Termo de Referência
ANEXO III – Declaração
ANEXO IV – Proposta Comercial
ANEXO V – Termo de Retirada do involucro Apócrifo
ANEXO VI –Recibo Retirado do Edital
ANEXO VII – Credenciamento
ANEXO VIII – Modelo de Declaração ME/EPP
ANEXO IX – Modelo de Declaração – Menor ANEXO X – Minuta de Contrato

Comissão Especial de Contratação da Câmara Municipal de São Felix do Xingu/PA, 08 de julho de 2025.

VALERIA COSTA OLIVEIRA:79797644200 Assinado de forma digital por VALERIA COSTA OLIVEIRA:79797644200

Valéria Costa Oliveira
Presidente

ADELMISON NASCIMENTO DA SILVA:96353759215 Assinado de forma digital por ADELMISON NASCIMENTO DA SILVA:96353759215

Adélmison Nascimento da Silva
Membro

OZEANE RODRIGUES DOS SANTOS:63755041200 Assinado de forma digital por OZEANE RODRIGUES DOS SANTOS:63755041200

Ozeane Rodrigues dos Santos
membro

Edital Concorrência nº 001/2025

ANEXO I
BRIEFING

Histórico

A Câmara Municipal de São Félix do Xingu foi instalada em 25 de novembro de 1962. Para a primeira legislatura foram eleitos sete vereadores, porém pouco se sabe sobre a história dos parlamentares eleitos nas primeiras legislaturas; sabe-se que a primeira mulher eleita para o legislativo foi a Senhora Maria de Nazaré Oliveira para o mandato de 1966 a 1969. O município possui uma grande população indígena, porém, não há registro de nenhum representante indígena no poder legislativo municipal.

A Câmara de Vereadores(as) é o órgão legislativo municipal com gestão financeira independente do Poder Executivo e, através do trabalho realizado pelos 15 vereadores e vereadoras, eleitos por voto democrático e direto. Vereador atua na missão constitucional legislativa e fiscalizatório das ações do Poder Executivo. Vereadores (as) são autoridades mais próxima da população, ele(a) recebe as reivindicações diretamente de quem mora na sua rua, no seu bairro e no seu município. A principal missão do parlamentar é elaborar, apreciar e aprovar as leis de competência do Poder Legislativo ou enviados pelo Poder Executivo, fiscalizar e acompanhar a execução das leis em geral, entre elas a Lei de Diretrizes Orçamentárias (LDO), a Lei Orçamentária Anual (LOA) e o Plano Plurianual (PPA), acompanhar a execução de obras, fiscalizar os gastos com recursos públicos que são transferidos pelos Governos Estadual e Federal. Vale reforçar que um vereador não tem o poder de realizar obras, nem contratar ou demitir servidores municipais.

A comunicação institucional do Legislativo de São Félix do Xingu busca atuar de forma planejada e estratégica para interagir cada vez mais com a população, cumprindo o preceito fundamental da democracia, prezando pela transparência e estimulando a participação popular. A Constituição Federal, lei máxima do país, assegura a todos o acesso às informações dos recursos públicos.

Por este motivo, cabe ao Poder Público atuar de modo objetivo e transparente na contratação de agências de publicidade e marketing que possam atender com ética e responsabilidade seus objetivos institucionais. Desta forma, dar publicidade às ações da Câmara é princípio constitucional da Casa de Leis, de modo a zelar pela imagem da instituição para que seja respeitada e atenda, de fato, o título de Casa do Povo.

Reflexos da pandemia e internet na comunicação.

No início de 2020, a humanidade começava a enfrentar um dos maiores desafios dos últimos tempos: a pandemia de COVID-19. Medidas de distanciamento social foram adotadas em todo o mundo, o que aumentou, consideravelmente, o acesso e o consumo de internet, inclusive das redes sociais.

De acordo com relatório da Comscore, houve um aumento de cerca de 35% no uso de redes sociais durante o período de isolamento social. Segundo o IBGE,

em 2019 cerca de 73,9% dos brasileiros com mais de 10 anos acessavam a internet. Em 2023, período considerado pós-pandemia, esse número chegou a 87,2%.

Internet no Brasil

A Survey Digital 2024, da We Are Social e Meltwater, mostra que os brasileiros passam em média 9 horas e 13 minutos online por dia, o que os coloca em segundo lugar no mundo em tempo conectado.

Em janeiro de 2024, havia 187,9 milhões de usuários de internet no Brasil, o que corresponde a 86,6% da população. Um dado interessante: 98,5% dos usuários de internet acessam por aparelho celular. Ainda em janeiro de 2024, havia 144 milhões de usuários ativos em redes sociais, o que corresponde a 66,3% da população.

Desta forma, atenta ao crescente alcance da internet, a Câmara Municipal de São Félix do Xingu resolveu estender as suas ações para as redes sociais transmitindo as sessões pelo Facebook e Youtube, na página oficial da Casa. Este passo foi de extrema importância, pois esta iniciativa, à época, fez aumentar o engajamento dos vídeos publicados. O debate e a defesa de posições políticas têm-se fortalecido cada vez mais por meio das redes sociais, com alcance cada vez maior.

O exercício da democracia não se encerra no voto, cabendo ao cidadão acompanhar o trabalho de seus representantes. Ainda assim, a Câmara Municipal de São Félix do Xingu acredita que uma grande parcela da população da cidade ainda desconhece a possibilidade de acompanhar as sessões da Casa pela internet.

Portanto, faz-se necessário que, além de informar, os cidadãos compreendam que essa ferramenta gera uma relevante oportunidade para alinhar as expectativas da sociedade com a atuação de seus representantes.

O que queremos comunicar?

Com o crescente alcance da internet, a Câmara Municipal de São Félix do Xingu também seguiu o fenômeno de digitalização e presença nas redes sociais e novos canais digitais oficiais da Casa. As sessões passaram a ser transmitidas pelo Facebook e YouTube, na página da Câmara.

A transmissão permite que o cidadão acompanhe as discussões e as decisões tomadas nas sessões. Assim, o eleitor fica informado e pode procurar diretamente os parlamentares para eventuais dúvidas, críticas e sugestões.

Esse passo foi de extrema importância, pois essas redes proporcionaram maior proximidade do cidadão xinguense com a casa de leis e seus parlamentares, que é essencial para o alinhamento entre as expectativas e necessidades da sociedade com a atuação de seus representantes.

- A transparência é o princípio irrevogável da Câmara Municipal de São Félix do Xingu.
- A Câmara Municipal de São Félix do Xingu é a voz do cidadão para a solução de problemas municipais e, consequentemente, a construção de uma São Félix do Xingu cada vez melhor.

A quem se destina a mensagem?

São Félix do Xingu é composto por 29 vilas e 8 distritos. Um município do

tamanho de São Félix do Xingu – o terceiro maior em extensão territorial do Pará e sexto maior do Brasil – necessita de representatividade de parlamentar para os setores, vilas e distritos para assegurar o desenvolvimento de cada região.
A Câmara Municipal de São Félix do Xingu é uma instituição regida pela pluralidade, onde diferentes vozes representam, por meio da política, os múltiplos interesses da população.
Suas ações devem ser direcionadas a cada um dos moradores da cidade, independente da classe social, idade ou ocupação, considerando a mensagem e o potencial de impacto e absorção do público.

O que se espera da proposta?
A Câmara Municipal de São Félix do Xingu espera receber de cada licitante uma proposta de comunicação que se alinhe aos seus interesses e que informe e estimule a população a acompanhar as transmissões das sessões por meio de seus canais oficiais em suas plataformas digitais no Facebook, YouTube e Instagram.
Antenada às transformações digitais e às novas linguagens da internet, a Câmara de São Félix do Xingu quer expandir o alcance de suas ações.

Objetivo secundário:

- Informar à sociedade que a Câmara Municipal de São Félix do Xingu está em constante evolução, oferecendo possibilidades para que o cidadão acompanhe o trabalho de seus representantes, com extremo zelo pela transparência.
- Fortalecer a imagem da Câmara Municipal como pilar democrático da sociedade, onde as questões relevantes para a população de São Félix do Xingu, são debatidas.
- Valorizar a oportunidade de gerar proximidade com a população, visto que a representação efetiva e a solução dos problemas sociais somente são possíveis quando há alinhamento entre a sociedade e as forças políticas.

Público-Alvo
População do município de São Félix do Xingu/Pará

Canais Próprios de Comunicação

- Site da Câmara Municipal de São Félix do Xingu:
  https://www.cmsaofelixdoxingu.pa.gov.br
- Canal Youtube: https://www.youtube.com/@cmsfxoficial/
- Página Facebook: https://www.facebook.com/camarasfxingu
- Instagram: https://www.instagram.com/camarasfxingu

Assinando as peças publicitárias:
As peças publicitárias da Ideia Criativa deverão ser assinadas pela atual logomarca da Câmara Municipal.

Prestadores de serviços de publicidade local:

- Outdoor

- Rádios
- Veículos de som volante
- Mídia de internet - páginas de notícias

Investimento:
Para efeito de simulação do Plano de Mídia o valor máximo a ser aplicado é de R$ 40.000,00 (quarenta mil reais).

Período de veiculação:
60 dias (Sessenta dias).

ANEXO II TERMO DE REFERENCIA

I - OBJETO

1.1 Constitui objeto da presente licitação a contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agência de propaganda, de interesse da do Poder Legislativo Municipal de São Felix do Xingu-Pará, cujo objeto inclui 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 difundir ideias ou informar o público em geral.

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

1.2.1 ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento relativos à execução do contrato;

1.2.2. à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias; à produção e à execução técnica das peças e ou material criados pela agência contratada.

1.2.3 1.2.1.1 . As pesquisas e outros instrumentos de avaliação previstos no subitem do Edital terão a finalidade de:

1.2.3.1 gerar conhecimento sobre o mercado ou o ambiente de atuação da Câmara Municipal de São Felix do Xingu o público-alvo e os veículos de divulgação nos quais serão difundidas as campanhas ou peças;

1.2.3.2 aferir o desenvolvimento estratégico, a criação e a divulgação de

mensagens:

1.2.3.3 possibilitar a mensuração dos resultados das campanhas ou peças, vedada a inclusão de matéria estranha ou sem pertinência temática com a ação publicitária.

II DA JUSTIFICATIVA

O objeto da presente licitação tem por finalidade assessorar as áreas de comunicação social, promover a divulgação das ações do Poder Legislativo Municipal de São Felix do Xingu-Pará, disseminar informações de interesse público, coordenar a e acompanhar a criação e veiculação da publicidade institucional relativa a planos, programas, projetos e ações, estabelecendo políticas e diretrizes, objetivando a manutenção de um fluxo permanente de informação à sociedade.

Poder Legislativo Municipal de São Felix do Xingu-Pará tem mantido seu compromisso com a mudança e a construção de uma sociedade com mais justiça social e igualdade, baseado no diálogo permanente com a sociedade local, no respeito às pessoas e, sobretudo, construindo e aprovando projetos de governo e políticas públicas que tem a população de São Felix do Xingu como sua prioridade máxima.

As ações da Câmara Municipal têm sido orientadas por objetivos que estão integrados entre si e são na sua essência, indivisíveis e, portanto, transversais aos demais. São eles:

- A transparência é o princípio irrevogável da Câmara Municipal de São Félix do Xingu.
- A Câmara Municipal de São Félix do Xingu é a voz do cidadão para a solução de problemas municipais e, consequentemente, a construção de uma São Félix do Xingu cada vez melhor.
- Informar à sociedade que a Câmara Municipal de São Félix do Xingu está em constante evolução, oferecendo possibilidades para que o cidadão acompanhe o trabalho de seus representantes, com extremo zelo pela transparência.
- Fortalecer a imagem da Câmara Municipal como pilar democrático da sociedade, onde as questões relevantes para a população de São Félix do Xingu, são debatidas.
- Valorizar a oportunidade de gerar proximidade com a população, visto que a representação efetiva e a solução dos problemas sociais somente são possíveis quando há alinhamento entre a sociedade e as forças políticas.
- Manter a harmonia entres os poderes do município (Legislativo e Executivo) sem comprometer a independência e a capacidade de cumprimento das ações constitucionais da Câmara Municipal.

Entende-se, assim que o jeito correto de governar também exige uma forma correta de se comunicar com a sociedade, construindo canais de comunicação eficazes para levar a todos os moradores do Município o conhecimento sobre os atos legislativos, administrativos e de gestão do da Câmara Municipal, mas também ouvir permanentemente os anseios da população.

A sociedade da informação que estamos vivenciando, se caracteriza pela necessidade de respostas rápidas e por uma cultura acentuadamente voltada aos relacionamentos internos e externos, com transformações que se localizam principalmente nas formas e no tempo de distribuição de informação, resultado de inovações tecnológicas e da importância ofertada ao desenvolvimento social.

O ambiente da comunicação também mudou, com a inclusão das novas tecnologias que, de um lado, oferecem mais recursos e, de outro, aceleram os processos e alteram uma cultura bastante tradicional de relacionamento entre as comunidades interna e externa das organizações. Assim, temos notícias via satélite e por redes de crescente autonomia comunicacional do cidadão, o crescente envolvimento da mídia com o mercado e a interação com as redes sociais, enfim tudo parece indicar que existe uma grande transformação da cultura de comunicação na sociedade contemporânea.

Observa-se, portanto, que a comunicação institucional visando a prestação de contas, o estímulo para o engajamento da população nas políticas públicas adotadas e o conhecimento das ações do Poder Legislativo promovidas nos campos político, econômico e social é de vital importância para o atingimento das metas estabelecidas.

III DOS SERVIÇOS DE PUBLICIDADE E SEU FUNDAMENTO

A contratação de serviços publicitários pela Administração Pública deverá ser precedida de correspondente processo licitatório, sob pena de incorrerem as autoridades responsáveis, em infrações legais, inclusive decorrente da prática de atos de improbidade administrativa, além de outros.

A lei 12.232/2010, em seu artigo 1º. estabelece a obrigatoriedade da realização de procedimentos licitatórios nas contratações pela administração pública de serviços de publicidade, que deverão ser prestados necessariamente por intermédio de agências de propaganda, no âmbito da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Câmaras, aí abrangidos os órgãos do Poder Executivo, Legislativo e Judiciário, bem como as pessoas da administração indireta e todas as entidades controladas direta ou indiretamente pela união, Estados e Câmaras.

Os serviços objeto da presente Concorrência serão contratados com

agência de propaganda cujas atividades sejam disciplinadas pela Lei 4.680/65 e que tenham obtido certificado de qualificação técnica de funcionamento, nos termos da Lei n. 12.232/2010, e que atendam todos os requisitos deste Edital.

IV APRESENTAÇÃO E ELABORAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA

4.1 A licitante deverá apresentar sua Proposta Técnica estruturada de acordo com os quesitos e atributos constantes do Edital.

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

Invólucro 1 - Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada

4.3. Os textos do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada deverão ser apresentados de acordo com a seguinte formatação:

a) Em papel A4 – 75 g/m2 a 90 g/m2, branco;

b) Caderno único, orientação retrato, com espiral preto colocado à esquerda, capa e contracapa em papel branco, formato A4 e com 75 g/m2 a 90 g/m2;

c) Espaçamento de 3 (três) cm, nas margens direita e esquerda, a partir da borda;

d) Espaçamento "simples" entre linhas e opcionalmente duplo entre parágrafos, títulos e subtítulos, títulos, subtítulos, entretítulos, parágrafos e linhas subsequentes sem recuos;

e) Alinhamento justificado do texto;

f) Numeração em todas as páginas, em fonte Arial 12, cor "automático", pelo editor de textos, a partir da primeira página interna, em algarismos arábicos, canto inferior direito;

g) Negritos, sublinhados, itálicos e caixa alta poderão ser utilizados para destaques no texto.

4.3.1. Os itens "Raciocínio Básico", "Estratégia de Comunicação Publicitária" e "Estratégia de Mídia e Não Mídia" poderão ter gráficos e/ou tabelas, observadas as seguintes regras:

a) os gráficos e/ou tabelas podem ser editados em cores;

b) os dados e informações dos quadros e/ou tabelas podem ser editados na fonte, estilo, cor e tamanho à escolha da licitante.

4.4. Os textos do Raciocínio Básico, da Estratégia de Comunicação Publicitária e da Ideia Criativa e de sua relação de peças, estão limitados, no conjunto, a 15 (quinze) páginas, não computadas nesse limite a capa e contracapa e as páginas

eventualmente utilizadas apenas para separação dos quesitos.

4.5. O Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada não poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que, por si só e de forma inequívoca, possibilite a identificação de sua autoria antes da abertura do Invólucro nº 2.

4.6. O Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, composto dos quesitos Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia deverá ser elaborado com base no Briefing, parte deste Termo de Referência, observadas as seguintes disposições:

4.6.1. Raciocínio Básico: apresentação pela licitante de diagnóstico das necessidades de comunicação publicitária da Câmara de São Felix do Xingu para enfrentar os desafios ou os problemas, geral e ou especifico, de comunicação;

4.6.2. Estratégia de Comunicação Publicitária: apresentação pela licitante das linhas gerais da proposta para suprir os desafios ou os problemas, gerais e ou específicos, de comunicação a serem enfrentados.

4.6.3. Ideia Criativa: apresentação pela licitante de defesa da campanha publicitária, através de textos e peças, observadas as seguintes disposições:

a) apresentar relação de todas as peças que julgar necessários para a execução da sua proposta de estratégia de comunicação publicitária, como previsto no Edital, com comentários sobre cada peça.

b) da relação prevista na alínea anterior, escolher e apresentar 04 (quatro) peças (anexos) como exemplos para corporificar objetivamente sua proposta de solução dos desafios ou problemas, gerais e ou específicos, de comunicação, conforme explicitado na estratégia de comunicação publicitária;

c) As peças da campanha destinadas à mídia impressa ou outras apresentações deverão ser apresentadas soltas, separadamente do caderno único mencionado anteriormente, em formato A4, papel branco e as peças eletrônicas em pen drive, que também deverão ser anexados em papel A4 branco, dentro de invólucro próprio.

c1) Cada peça da campanha deverá trazer especificação sucinta destinada a facilitar a identificação e análise pelos integrantes da Subcomissão Técnica (exemplos: cartaz, filme TV, spot rádio, anúncio revista, *outdoor*, etc);

c2) As peças gráficas poderão ser impressas em tamanho real ou reduzido, desde que não prejudique sua leitura e não ultrapassem os limites tamanho A4.

d) Para fins de cômputo das peças que podem ser apresentadas 'fisicamente',

até o limite de que trata a alínea "b" acima, devem ser observadas as seguintes regras:

d1) as reduções e variações de formato serão consideradas como uma peça;

d2) cada peça apresentada como parte de um kit será computada no referido limite;

d3) anúncio composto de páginas sequenciais para qualquer meio será considerado uma peça;

d4) adesivagem de *fingers* e similares será considerada uma peça;

d5) um hotsite cuja página de abertura e ou demais páginas internas sejam formadas por animações ou imagens captadas, formando um conjunto integrado ao hotsite, será considerado uma peça;

d5.1) Na apresentação de proposta de hotsite a que se refere a alínea acima, não podem ser inseridos vídeos ou imagens em movimento.

e) um *banner* e outra peça para o qual ele esteja direcionado serão considerados duas peças.

f) um aplicativo com todas as suas telas serão considerados uma única peça, desde que apresentadas na mesma prancha e desde que não prejudique a leitura;

g) para fins desta Concorrência são considerados meios de comunicação: TV (aberta e por assinatura); Rádio (AM/ FM); Revista; Jornal; Cinema; Internet (Site; Redes Sociais, mobile e desktop); Mídia Exterior (Outdoor; Backbus; Mobiliário urbano; Painéis e afins, carro de som); Material impresso (folheto; revista; cartilha; apostila; folder; flyer; jornal; livreto; banner; faixa); Material promocional (material de ponto de venda; samping; cartaz; blimp; wobler; totem; display,etc.).

4.6.4. Estratégia de Mídia e Não Mídia: Texto de defesa constituído de no máximo 5 (cinco) laudas, no qual a licitante explicitará e justificará a estratégia e as táticas recomendadas, em consonância com a estratégia de comunicação publicitária por ela sugerida e em função do tempo e da verba referencial indicados no *Briefing*, sob a forma de textos, tabelas, gráficos e planilhas.

4.6.4.1. Simulação de plano de distribuição em que a licitante indicará todas as peças destinadas à veiculação, exposição ou distribuição, sob a forma de textos, listas, gráficos e planilhas, cujo valor estimado da campanha integral simulada será de até R$ 40.000,00, (quarenta mil reais).

4.6.5 Dessa simulação deverá constar um quadro resumo geral com informações sobre, pelo menos:

a) o período de distribuição das peças;

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

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

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

e) as quantidades a serem produzidas de cada peça;

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

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

4.6.5.1. Nessa simulação:

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

b. deve ser desconsiderado o repasse de parte do desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do artigo 11 da Lei 4.680/65 e Normas Padrão do CENP;

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

d. Para veículos de comunicação e divulgação que não atuem com tabelas de preços públicas, mas que possam ser considerados como formas inovadoras de comunicação (tais como mídia programática, trading desks e redes sociais) a licitante deverá informar o montante de investimento proposto a ser utilizado com essas ferramentas no âmbito de sua estratégia, assim como para o alcance dos objetivos previamente estabelecidos, definindo em sua proposta quais métricas serão utilizadas para atingi-los (Ex: cpm, true views, taxa de impressão, geração de leads¸ custo por alcance, cpc, cpe, custo por visualização de vídeo, custo por curtida, entre outros).

4.6.5.2. Para fins desta licitação, a publicidade em plataformas digitais, a exemplo da programação de publicidade nas redes sociais, estão inseridas no conceito de forma inovadora de comunicação.

4.6.6. Caso o Edital venha a ser republicado, com a retomada da contagem do prazo legal, os preços de tabela a que se refere a alínea ‘a’ do subitem 4.6.5.1 devem ser os vigentes na data de publicação do primeiro Aviso de Licitação.

4.6.7. As listas, gráficos, planilhas, textos e o quadro resumo da Estratégia de

Mídia e não Mídia, não tem limitação quanto ao número de páginas.

Invólucro 2 - Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada

4.7. O Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada, sem os exemplos de peças da Ideia Criativa, deverá constituir-se em cópia fiel da via não identificada, em papel A4, com as seguintes especificidades:

I – ter a identificação da licitante;
II – ser datado;
III – estar assinado na última página e rubricado nas demais, por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

Invólucro 3 - Conjunto de Informações

Capacidade de Atendimento

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

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

4.8.2. Capacidade de Atendimento da licitante deverá ser constituída por caderno específico, com capa, contracapa e conteúdo com impressão em papel livre de tipo e gramatura, no tamanho (A4) 21,0cm x 29,7cm, encadernadas a esquerda com espiral ou wire-o, com fontes e espaçamentos a livre escolha da licitante, composto por textos, listas, gráficos, diagramas, fotos e ou outros recursos por meios dos quais a licitante discriminará:

a) A relação da equipe técnica que será colocada à disposição da execução do contrato, discriminando-se as áreas de estudo e planejamento, criação, produção de rádio, TV, cinema, internet, produção gráfica, mídia e atendimento;

a1) A qualificação deverá ser apresentada sob a forma de currículo resumido contendo, no mínimo, o nome, a formação e a experiência dos profissionais;

a2) os profissionais indicados para fins de comprovação da capacidade de atendimento deverão participar da elaboração dos serviços objeto deste Edital, admitida sua substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior, mediante aprovação prévia da Câmara Municipal de São Felix do Xingu

b) As instalações, a infraestrutura e os recursos materiais que serão colocados à disposição para a execução do contrato;

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

Repertório

a) A Licitante deverá apresentar as peças e fichas técnicas que constituem o Repertório, concebidas e veiculadas, expostos ou distribuídas pela licitante em 1 (um) caderno, deverão ser apresentadas em papel A4 livre de tipo e gramatura, encadernadas a esquerda com espiral ou *wire-o*, com fontes e espaçamentos a livre escolha da licitante, com ou sem o uso de cores, em folhas rubricadas e assinada na última por quem detenha poderes de representação da Licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

4.9. No Repertório deverão ser apresentadas 04 (quatro) peças e as fichas técnicas de cada uma delas, independentemente do seu tipo ou característica e da forma de sua veiculação, exposição ou distribuição, observado o seguinte:

a) Conforme art. 6º, inc. X da Lei 12.232/10, as peças devem ter sido veiculadas, expostas ou distribuídas a partir de 1º de janeiro de 2019;

b) as peças eletrônicas deverão ser apresentadas em pen drive, executáveis no sistema operacional Windows, anexados em papel A4, através de suporte de borracha ou dentro de envelope próprio colado no papel citado;

c) as peças não podem se referir a ações executadas no âmbito de contratos de prestação de serviços de publicidade de que a Câmara Municipal de São Felix do Xingu seja ou tenha sido signatária;

d) para cada peça prevista acima, deverá ser apresentada correspondente ficha técnica em papel A4, com a indicação sucinta dos problemas que se propôs a resolver e os resultados alcançados, bem como a identificação da licitante e de seu cliente, além do título, data de produção, período de veiculação, e exposição e ou distribuição e, no caso de veiculação, menção de pelo menos, um veículo que divulgou cada peça.

4.10. As peças não podem se referir a ações executadas no âmbito de contratos de prestação de serviços de publicidade de que a Câmara Municipal de São Felix do Xingu seja ou tenha sido signatária;

4.11. Para cada peça prevista no subitem 4.11, deverá ser apresentada correspondente ficha técnica em papel A4, com a indicação sucinta dos problemas que se propôs a resolver e os resultados alcançados, bem como a identificação da licitante e de seu cliente, além do título, data de produção, período de veiculação, e exposição e ou distribuição e, no caso de veiculação,

menção de pelo menos, um veículo que divulgou cada peça.

4.12. Não há limitação de número de páginas para apresentação das fichas técnicas do Repertório.

c) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

4.13. A licitante deverá apresentar, em um caderno próprio em papel A4 livre de tipo e gramatura, encadernado a esquerda com espiral ou *wire-o*, com fontes e espaçamentos a livre escolha da licitante, 02 (dois) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, cada um com o máximo de 02 (duas) páginas, em que serão descritas soluções bem-sucedidas de problemas de comunicação planejadas e propostas por ela e implementadas por seus clientes.

4.14. Conforme art. 6º, inc. X da Lei 12.232/10 as campanhas referentes aos relatos de que trata o subitem 4.14 devem ter recebido a autorização para sua produção ou terem sido veiculadas a partir de 1º de janeiro de 2019.

4.15. Os relatos deverão estar formalmente referendados com a assinatura dos respectivos clientes e não podem referir-se a ações executadas no âmbito de contratos de prestação de serviços de publicidade de que a Câmara Municipal de São Felix do Xingu seja ou tenha sido signatário.

4.16. Em cada Relato deverá constar a indicação do nome empresarial do cliente e a assinatura do seu respectivo signatário acompanhada do seu nome e cargo ou função, e por último as respectivas fichas técnicas das peças daquele Relato.

4.17. Para cada Relato, é permitida a inclusão de até 3 (três) peças, em caderno próprio, encadernado a esquerda com espiral ou wire-o, independentemente do meio de divulgação, tipo ou característica da peça, sendo que:

a) as peças eletrônicas deverão ser apresentadas em pen drive, executáveis no sistema operacional Windows, anexados em papel A4, através de suporte de borracha ou dentro de envelope próprio a ser colado no papel aqui citado;

b) as peças gráficas deverão ser apresentadas em papel A4, preservadas, em qualquer hipótese, a compreensão de seu conteúdo e a indicação de suas dimensões originais.

c) Para cada peça constante do Relato, deverá ser apresentada uma ficha técnica. As fichas técnicas deverão conter no mínimo, a razão social do cliente, o tipo e o título da peça, indicação de um veículo onde foi inserida, o mês e ano de sua veiculação e serem anexadas ao caderno contendo os Relatos, não sendo estas computadas para efeito do limite de laudas citadas no subitem 4.14.

V JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

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

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

5.3. Plano de Comunicação Publicitária

5.4. Raciocínio Básico

a) Acuidade de compreensão das funções e do papel da Câmara Municipal de São Felix do Xingu nos contextos social, político e econômico; Da natureza, da extensão e da qualidade das relações da Câmara Municipal de São Felix do Xingu com seus públicos;

b) Das características da Câmara Municipal de São Felix do Xingu e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária;

c) O entendimento do problema e dos objetivos de comunicação estabelecidos pelo briefing.

5.5. Estratégia de Comunicação Publicitária

a) O entendimento das questões apresentadas e o grau em que a campanha apresentada atende ao briefing;

b) A adequação dos conceitos e das linhas de comunicação propostos e as possibilidades de desdobramentos positivos para a comunicação da Câmara de São Felix do Xingu com seus diversos públicos;

c) A consistência lógica e a clareza na argumentação.

5.6. Ideia Criativa

a) A relação de coerência e consequência com o que estiver proposto na Estratégia de Comunicação;

b) Sua pertinência às atividades da Câmara de São Felix do Xingu e à sua inserção na sociedade;

c) A qualidade criativa das peças publicitárias apresentadas;

d) A compatibilidade da linguagem das peças aos meios propostos;

5.7. Estratégia de Mídia e Não Mídia

a) A criatividade e o conhecimento demonstrados na definição da estratégia e na escolha dos meios;

b) O conhecimento dos hábitos de consumo de meios dos diversos públicos e a capacidade analítica demonstrada no exame desses hábitos;

c) A economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças.

Conjunto de Informações

5.8. Capacidade de Atendimento

a) Relação da equipe técnica (com currículo resumido de cada profissional) que estará à disposição da Câmara de São Felix do Xingu;

b) As estruturas técnica e operacional da licitante para suprir as necessidades da conta publicitária a ser atendida;

c) A sistemática de atendimento a ser adotada no relacionamento entre a licitante e a equipe técnica da Câmara de São Felix do Xingu

5.9. Repertório

a) A ideia criativa e sua pertinência ao problema que a licitante se propôs a resolver;

b) Qualidade da execução e do acabamento da peça;

c) Clareza da exposição das informações prestadas.

5.10. Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

a) Evidência de planejamento publicitário;

b) Consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução.

5.11. A pontuação da Proposta Técnica está limitada a 100 (cem) e será apurada segundo a metodologia a seguir, e pontuação de quesitos e seus atributos conforme itens 8.1 a 8.3 do Edital.

5.12. Aos quesitos serão atribuídos, no máximo, os seguintes pontos:

QUESITOS	**PONTOS**
Plano de Comunicação Publicitária, sendo:	70
Raciocínio Básico 20 pontos	
Estratégia de Comunicação Publicitária 20 pontos	
Ideia Criativa 20 pontos	

Estratégia de Mídia e Não Mídia 10 pontos	
Conjunto de Informações, sendo:	30
Capacidade de Atendimento 10 pontos	
Repertório 10 pontos	
Soluções de Problemas de Comunicação 10 pontos	
Pontuação máxima total	**100**

5.13. A pontuação do quesito corresponderá à média aritmética dos pontos de cada membro da Subcomissão Técnica. Cada membro da Subcomissão Técnica atribuirá pontos individuais a cada um dos quesitos e seus atributos, de acordo com as pontuações máximas, obedecidos intervalos de 0,5 (meio) ponto.

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

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

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

5.16. Será considerada mais bem classificada na fase de julgamento da Proposta Técnica a licitante que obtiver a maior nota.

5.17. A Subcomissão Técnica desclassificará as propostas que não obtiveram no mínimo 70% (setenta por cento) dos pontos da Proposta Técnica (invólucros 1 e 3), ou seja, menos de 49 (quarenta e nove) pontos no Plano de Comunicação Via Não Identificada e menos de 21 (vinte e um) pontos no Conjunto de Informações.

5.18. Será desclassificada a Proposta que:

a) Não atender as exigências do presente Edital e de seus Anexos;

b) Obtiver pontuação zero em quaisquer dos quesitos de sua proposta técnica;

c) Tentar influenciar a Comissão Especial de Contratações ou a Subcomissão Técnica no processo de julgamento das propostas.

VI VALORAÇÃO DAS PROPOSTAS DE PREÇOS

6.1 As Propostas de Preços das licitantes classificas no julgamento das Propostas Técnicas serão analisadas pela Comissão Especial de Licitação quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Edital, em seus anexos e nas Normas Padrão do CENP.

6.2. Será desclassificada a Proposta de Preços que apresentar preços baseados em outra Proposta ou que contiver qualquer item condicionante para a entrega dos serviços e/ou que não atender os requisitos do Edital.

6.3. Os quesitos a serem valorados são os integrantes da Proposta de Preços da licitante, cujo modelo constitui o Anexo do Edital, ressalvado que, não será aceito:

a) **percentual de desconto inferior a 30% (trinta por cento)** em relação aos preços previstos na Lista de Referência de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Pará, em vigor à época da prestação dos serviços, a título de ressarcimento dos custos internos dos serviços executados pela licitante;

b) **percentual de honorários superior a 15% (quinze por cento)** incidente sobre os preços de serviços prestados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material; de serviços especializados prestados por fornecedores referentes ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes à execução do contrato; de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias;

c) **Percentual de honorários inferior a 5% (cinco por cento) nem superior a 10% (dez por cento)** quando a responsabilidade da Agência se limitar exclusivamente à contratação ou pagamento do serviço ou suprimento, sobre o valor respectivo;

d) **Percentual de remuneração superior a 20% (vinte por cento)** incidente sobre veiculação de mídia digital intermediada pela licitante, que não proporcione à agência o desconto padrão concedido pelos veículos de divulgação.

6.4. Se houver divergência entre o preço expresso em algarismos e o expresso por extenso, a Comissão Especial de Licitação considerará o preço por extenso.

VII DO VALOR, PRAZO, VIGÊNCIA E DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA

7.1.1 Para a prestação dos serviços será contratada 01 (uma) agência, doravante denominada agência licitante ou contratada, cujo crédito orçamentário prevê o valor estimado das despesas com o contrato resultante desta Concorrência no valor anual de : R$ 598.000,00 (quinhentos e noventa e oito mil reais).ressalvada a prerrogativa da Câmara de São Felix do Xingu não

executar a totalidade da verba estimada.

7.1.2 Os recursos orçamentários estimados para a presente concorrência correrão às contas dos recursos:
Órgão: Câmara Municipal de São Félix do Xingu
Unidade Orçamentária: Câmara Municipal de São Felix do Xingu
Projeto/Atividade: Manutenção e Funcionamento da Câmara de Vereador
Elemento de Despesa 3.3.90.39.00 Outros serv. de terc. pessoa jurídica
Subelemento: 3.3.90.39.90 Serviços de publicidade e propaganda
Fonte de recursos: 1.500
Objeto: CONTRATAÇÃO DE AGÊNCIA DE PROPAGANDA PARA A PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE EM GERAL

7.2 O prazo de vigência do contrato será de 12 (doze) meses contados a partir de sua assinatura, podendo ser prorrogado por igual e sucessivos períodos, a critério da Administração nos termos dos artigos 106 e 107 da Lei 14.133/2021, respeitada a vigência máxima decenal.

VIII CONDIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO

8.1 Poderão participar destra Concorrência agências de propaganda que atendam às condições deste Edital e apresentem os documentos nele exigidos.

8.2 Não poderão participar, direta ou indiretamente, desta licitação:

a) empresas cujo objeto social não seja pertinente e compatível com o objeto deste Edital;

b) empresas que se encontrem em processo de dissolução, fusão, cisão ou incorporação;

c) em regime de consórcio, qualquer que seja sua forma de constituição, e empresas controladas, coligadas, interligadas ou subsidiárias entre si;

d) empresas que tenham sócios, gerentes ou responsáveis técnicos que sejam servidores ou dirigentes de órgão ou entidade da Câmara Municipal de São Felix do Xingu;

e) suspensa se participar de licitação e impedidas de contratar com a Câmara Municipal de São Felix do Xingu, conforme disposições da Lei 14.133/2021, durante o prazo da sanção aplicada;

f) declaradas inidôneas para licitar com a Administração Pública, direta e indireta, Federal, Estadual ou Municipal, enquanto perdurarem os motivos determinantes da punição ou até que seja promovida a reabilitação, conforme disposições da Lei 14.133/2021.

g) sociedades estrangeiras não autorizadas a funcionar no País;

i) empresas integrantes de um mesmo grupo econômico, assim entendidas

aquelas que tenham diretores e ou sócios comuns.

IX DAS OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA

9.1. Constituem obrigações da CONTRATADA, além das demais previstas neste contrato ou dele decorrentes:

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

9.1.1. Realizar, com seus próprios recursos ou, quando necessário, mediante a intermediação na contratação de fornecedores nos termos do edital, todos os serviços relacionados com o objeto deste contrato, de acordo com as especificações estipuladas pela CONTRATANTE, observada a restrição prevista no subitem 2.1.1 do Contrato a ser firmado.

9.1.2. Utilizar os profissionais indicados para fins de comprovação da Capacidade de Atendimento (Proposta Técnica da Concorrência que deu origem a este ajuste) na elaboração dos serviços objeto deste contrato, admitida sua substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior, desde que previamente aprovada pela CONTRATANTE.

9.1.3. Envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores e veículos e transferir à CONTRATANTE as vantagens obtidas.

9.1.3.1. Pertencem à CONTRATANTE as vantagens obtidas em negociação de compra de mídia 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 veículos de divulgação

9.1.3.1.1. O disposto no subitem 9.1.3.1 não abrange os planos de incentivo eventualmente concedidos por veículos à CONTRATADA, nos termos do artigo 18 da Lei 12.232/2010.

9.1.3.2. O desconto de antecipação de pagamento será igualmente transferido à CONTRATANTE, caso esta venha a saldar compromisso antes do prazo estipulado.

9.1.3.3. A CONTRATADA não poderá, em nenhum caso, sobrepor os planos de incentivo aos interesses da CONTRATANTE, preterindo veículos de divulgação que não os concedam ou priorizando os que os ofereçam, devendo sempre conduzir-se na orientação da escolha desses veículos de acordo com pesquisas e dados técnicos comprovados.

9.1.3.3.1. O desrespeito ao disposto no subitem 9.1.3.3 constituirá grave violação aos deveres contratuais por parte da CONTRATADA e a submeterá a processo administrativo em que, comprovado o comportamento injustificado, implicará a aplicação das sanções previstas neste contrato.

9.1.4. Negociar sempre as melhores condições de preço, até os percentuais máximos constantes do Edital no tocante aos direitos patrimoniais sobre trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos de autor e conexos e aos direitos patrimoniais sobre obras consagradas, nos casos de reutilizações de peças publicitárias da CONTRATANTE.

9.1.5. Observar a seguintes condições para o fornecimento de bens ou serviços à CONTRATANTE:

I – fazer cotações prévias de preços para todos os serviços a serem prestados por fornecedores;

II – exigir do fornecedor que constem da cotação os produtos ou serviços que a compõem, seus preços unitários e total e, sempre que necessário, o detalhamento de suas especificações;

III – a cotação deverá ser apresentada no original, em papel timbrado, com a identificação do fornecedor (nome completo, CNPJ ou CPF, endereço, telefone, entre outros dados) e a identificação (nome completo, cargo na empresa, RG e CPF) e assinatura do responsável pela cotação;

IV – juntamente com a cotação deverão ser apresentados comprovantes de que o fornecedor está inscrito e em atividade, CNPJ ou no CPF e no cadastro de contribuintes estadual ou municipal, se for o caso, relativos ao seu domicílio ou sede, pertinentes a seu ramo de atividade e compatíveis com o serviços a ser fornecido.

V – a CONTRATADA após recebimento de cada processo de pagamento pela CONTRATANTE fica obrigada, no prazo de 15 (quinze) dias úteis, a apresentar comprovante de pagamento referente aos serviços de fornecedores executados em prol do objeto deste contrato.

9.1.6.1. Somente pessoas físicas ou jurídicas previamente cadastradas pelo contratante poderão fornecer ao contratado bens ou serviços especializados relacionados com as atividades complementares da execução do objeto do contrato.

9.1.6.1.1 O fornecimento de bens ou serviços especializados na conformidade do previsto no caput deste artigo exigirá sempre a apresentação pelo contratado

ao contratante de 3 (três) orçamentos obtidos entre pessoas que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido.

9.1.6.1.2. No caso do subitem 9.1.6.1.1, o contratado procederá à coleta de orçamentos de fornecedores em Invólucros fechados, que serão abertos em sessão pública, convocada e realizada sob fiscalização do contratante, sempre que o fornecimento de bens ou serviços tiver valor superior a 0,5% (cinco décimos por cento) do valor global do contrato.

9.1.6.2. Se não houver possibilidade de obter 03 (três) cotações, a CONTRATADA deverá apresentar as justificativas pertinentes, por escrito, para prévia decisão do gestor deste contrato.

9.1.6.3. Cabe à CONTRATADA informar, por escrito, aos fornecedores de serviços, acerca das condições estabelecidas na Cláusula Décima para a reutilização de peças e materiais publicitários, especialmente no tocante aos direitos patrimoniais de autor e conexos.

9.1.6.4. As disposições dos subitens 9.1.6 a 9.1.6.3 não se aplicam a compra de mídia.

9.1.7. Submeter à contratação de fornecedores, para a execução de serviços objeto deste contrato, à prévia e expressa anuência da CONTRATANTE.

9.1.7.1. é vedada a cotação prévia de preços para o fornecimento de bens ou serviços especializados de empresas em que:

I – um mesmo sócio ou cotista participe de mais de uma empresa fornecedora em um mesmo procedimento;

II – dirigente ou empregado da CONTRATADA tenha participação societária ou vínculo comercial ou de parentesco até o terceiro grau.

9.1.8. Obter a aprovação prévia da CONTRATANTE, por escrito para autorizar despesas com bens e serviços prestados por fornecedores, veiculação e qualquer outra relacionada com este contrato.

9.1.8.1. A CONTRATADA só poderá reservar e comprar espaço ou tempo publicitário de veículos, por ordem e conta da CONTRATANTE, se previamente a identificar e tiver sido por ela expressamente autorizada.

9.1.9. Apresentar à CONTRATANTE para aprovação do Plano de Mídia de cada campanha ou ação, relação dos meios, praças e veículos dos quais será possível e dos quais se revela impossível; obter o relatório de checagem de veiculação a cargo de empresa independente, e as justificativas que demonstrem tal impossibilidade, com o fim de atender ao disposto no artigo 15 da Lei 12.232/2010.

9.1.10. Apresentar à CONTRATANTE como alternativa ao subitem 9.1.9, estudo prévio sobre os meios, praças e veículos dos quais será possível e dos quais se

revela impossível obter o relatório de checagem de veiculação a cargo de empresa independente e as justificativas que demonstrem tal impossibilidade, com o fim de atender ao disposto no artigo 15 da Lei 12.232/2010.

9.1.10.1. O estudo de que trata o subitem 9.1.10 deve levar em conta os meios, praças e veículos habitualmente programados nos esforços de comunicação da CONTRATANTE, com vistas à realização de negociação global entre as partes sobre o que seja oneroso e o que seja suportável para a CONTRATADA.

9.1.10.1.1. Se fato superveniente alterar significativamente as análises e conclusões do estudo mencionado no subitem 9.1.10, a CONTRATANTE solicitará novo estudo à CONTRATADA e, em decorrência, poderá efetuar nova negociação global e determinar seu novo período de vigência.

9.1.11. Encaminhar imediatamente após a produção dos serviços, para constituir o acervo da CONTRATANTE, sem ônus para esta:

a) TV : cópias em arquivos digitais;

b) internet: cópias em arquivos digitais;

c) Rádio: cópias em arquivos digitais;

d) Mídia impressas e material publicitário: cópias digitais.

9.1.12. Manter, durante o período de 05 (cinco) anos, após a extinção deste contrato, acervo comprobatório da totalidade dos serviços prestados, compreendendo as peças e ou material produzidos, independentemente do disposto no subitem 9.1.11.

9.1.13. Orientar a produção e a impressão das peças gráficas aprovadas pela CONTRATANTE.

9.1.13.1. O material a ser utilizado na distribuição só será definido após sua aprovação pela CONTRATANTE e sua reprodução dar-se-á a partir das peças mencionadas no subitem 9.1.11.

9.1.14. Entregar à CONTRATANTE, até o dia 10 (dez) do mês subsequente, relatório das despesas de produção e veiculação autorizadas no mês anterior e relatório dos serviços em andamento, estes com os dados mais relevantes para avaliação de seu estágio.

9.1.15. Registrar em relatório de atendimento todas as reuniões de serviços entre a CONTRATANTE e a CONTRATADA, com o objetivo de tornar transparentes os entendimentos havidos e também para que ambos tomem as providências necessárias do desempenho de suas tarefas e responsabilidades.

9.1.15.1. Esses relatórios deverão ser enviados pela CONTRATADA à CONTRATANTE até o prazo máximo de 02 (dois) dias úteis após a realização do

contato.

9.1.15.2. 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 do respectivo relatório.

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

9.1.17. Não divulgar informações acerca da prestação dos serviços objeto deste contrato, que envolvam o nome da CONTRATANTE, sem sua prévia e expressa autorização.

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

9.1.19. Não caucionar ou utilizar o presente contrato como garantia para qualquer operação financeira.

9.1.20. Manter, durante a execução deste contrato, todas as condições de habilitação exigidas na Concorrência que deu origem a este ajuste, incluída a certificação de qualificação técnica de funcionamento de que tratam o artigo 4º e seu parágrafo primeiro da Lei 12.232/2010.

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

9.1.22 Cumprir a legislação trabalhista e securitária com relação a seus empregados e, quando for o caso, com relação a empregados de fornecedores contratados.

9.1.23. Assumir, com exclusividade, todos os tributos e taxas que forem devidos em decorrência do objeto deste contrato, bem como as contribuições devidas à Previdência Social, de 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.

9.1.24. 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.

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

9.1.26. Executar todos os contratos, tácitos ou expressos, firmados com fornecedores e veículos, bem como responder por todos os efeitos desses contratos perante seus signatários e a própria CONTRATANTE.

9.1.27. 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.

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

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

9.1.30. Responsabilizar-se pelo ônus resultante de quaisquer ações, demandas, custos e despesas decorrentes de danos causados por culpa ou dolo de seus empregados, prepostos e ou contratados, bem como obrigar-se por quaisquer responsabilidades decorrentes de ações judiciais que lhe venham a ser atribuídas por força de lei, relacionadas com o cumprimento do presente contrato.

9.1.30.1. 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 este tenha sido obrigado a pagar, dentro do prazo improrrogável de 10 (dez) dias úteis a contar da data do efetivo pagamento.

9.1.31. Responder por qualquer 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.

X DAS OBRIGAÇÕES DA CONTRATANTE

10.1. Constituem obrigações da CONTRATANTE, além das demais previstas neste contrato ou dele decorrentes:

a) cumprir todos os compromissos financeiros assumidos com a CONTRATADA;

b) comunicar, por escrito, à CONTRATADA, toda e qualquer orientação acerca dos serviços, excetuados os entendimentos orais, determinados pela urgência,

que deverão ser confirmados por escrito no prazo de 24 (vinte e quatro) horas úteis.

c) fornecer e colocar à disposição da CONTRATADA todos os elementos e informações que se fizerem necessários à execução dos serviços.

d) verificar o cumprimento das cláusulas contratuais relativas aos honorários devidos à contratação de fornecedores de bens e serviços pela CONTRATADA.

e) proporcionar condições para a boa execução dos serviços;

f) notificar, formal e tempestivamente, a CONTRATADA sobre as irregularidades observadas no cumprimento deste contrato;

g) notificar a CONTRATADA, por escrito e com antecedência, sobre multas, penalidades e quaisquer débitos de sua responsabilidade.

10.2. A juízo da CONTRATANTE, a campanha publicitária integrante da Proposta Técnica que a CONTRATADA apresentou na concorrência de que deu origem a este contrato poderá ou não vir a ser produzida e distribuída durante sua vigência, com ou sem modificações.

XI DA FISCALIZAÇÃO E ACEITAÇÃO

11.1. A CONTRATANTE fiscalizará a execução dos serviços contratados e verificará o cumprimento das especificações técnicas, podendo rejeitá-lo, no todo ou em parte, quando não corresponderem ao desejado ou especificado, com anuência da Coordenadoria de Comunicação.

11.1.1. Serão nomeados um Fiscal ou Gestor titular e um substituto, para executar a fiscalização deste contrato e registrar em relatório todas as ocorrências, deficiências, irregularidades ou falhas porventura observadas na execução dos serviços e terão poderes, entre outros, para notificar a CONTRATANTE, objetivando sua imediata correção.

11.1.1.1. Além das atribuições previstas neste contrato e na legislação aplicável, caberá ao fiscal ou gestor, verificar o cumprimento das cláusulas contratuais relativas aos honorários devidos à CONTRATADA e às condições de contratação de fornecedores de serviços pela CONTRATADA.

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

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

11.4. A CONTRATADA adotará as providências necessárias para que qualquer execução, referente à produção, veiculação ou à distribuição, considerada não aceitável, no todo ou em parte, seja refeita ou reparada, nos prazos estipulados pela fiscalização, sem ônus para a CONTRATANTE.

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

11.6. A ausência de comunicação por parte da CONTRATANTE, referente a irregularidades ou falhas, não exime a CONTRATADA.

11.7. 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 exigências apresentada pela fiscalização.

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

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

XII DA REMUNERAÇÃO DA CONTRATADA

12.1. Pelos serviços prestados, a CONTRATADA será remunerada conforme disposto nesta cláusula:

12.1.1. Ressarcimento dos custos internos dos serviços executados pela CONTRATADA, com base na Lista de Referência de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Pará, vigente à época da prestação dos serviços, com a concessão do percentual de desconto de % ( ).

12.1.2. Percentual de honorários .....% (..... por cento) incidente sobre os preços de: serviços prestados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material; de serviços especializados prestados por fornecedores referentes ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes à execução do contrato; de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias;

12.1.3. Percentual de honorários ....% (..... por cento) quando a responsabilidade da Agência limitar-se exclusivamente à contratação ou

pagamento do serviço ou suprimento, incidente sobre o valor respectivo.

12.1.4. Percentual de remuneração ...% (..... por cento) sobre o valor da contratação de mídia digital com a intermediação da agência, quando o veículo não remunere a agência pelo desconto de agência.

12.1.5. A CONTRATADA fará jus ao desconto de agência concedido pelos veículos de comunicação, em conformidade com o art. 11 da Lei nº. 4.680/65 e Normas Padrão do CENP, conforme abaixo:

12.1.5.1. A CONTRATADA repassará, quando cabível, à Câmara Municipal de São Felix do Xingu o valor correspondente ao percentual respectivo constante do Anexo "B" das Normas Padrão – CENP, Sistema Progressivo de Serviços/Benefícios, instituído pelo item 6.4 das Normas Padrão do CENP.

12.1.5.2. Os layouts, roteiros e similares reprovados não serão cobrados pela CONTRATADA.

12.1.6. A CONTRATADA se compromete a apresentar planilha detalhada com os valores previstos na Lista de Referência de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Pará, vigente na data de prestação dos serviços, e com os preços correspondentes a serem cobrados da CONTRATANTE.

12.2. Os honorários de que tratam os subitens 12.1.2 a 12.1.4 serão calculados sobre o preço efetivamente faturado pelos fornecedores.

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

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

13. DO DESCONTO DE AGÊNCIA

13.1. Além da remuneração acima, a CONTRATADA fará jus ao desconto padrão de agência concedido pelos veículos de comunicação, em conformidade com o artigo 11 da Lei 4.680/65 e Normas Padrão do CENP e com o disposto no Edital.

14. O desconto de que trata o subitem precedente é concedido à CONTRATADA pelos veículos de divulgação pela concepção, execução e ou distribuição de publicidade, por ordem e conta da CONTRATANTE, nos termos do artigo 19 da Lei 12.232/2010.

15. DA GARANTIA

15.1. Não será exigido A CONTRATADA a prestação de garantia, em favor da CONTRATANTE

16. DISPOSIÇÕES GERAIS

16.1. É facultado à Comissão Especial de Licitação ou à autoridade a ele superior, em qualquer fase da licitação, promover diligências com vistas a esclarecer ou a complementar a instrução do processo, vedada a inclusão posterior de documento ou informação que deveria constar nele desde a realização da sessão pública.

16.2. A Comissão Especial de Licitação, no exercício de suas funções, poderá valer-se de pareceres técnicos e/ou jurídicos exarados por servidor/comissão devidamente constituídos, para embasar sua decisão quando do julgamento das fases de habilitação e proposta.

16.3. O desatendimento de exigências formais não essenciais não importará no afastamento do licitante, desde que seja possível a aferição de sua qualificação e a exata compreensão da sua proposta.

16.4. A CONTRATADA fica obrigada a aceitar, nas mesmas condições contratuais, os acréscimos ou supressões que se fizerem até 25% (vinte e cinco por cento) do valor inicial atualizado do Contrato de Prestação de Serviço, conforme disposições da Lei 14.133/2021.

16.5. A Contratada não poderá caucionar ou utilizar o Contrato para qualquer operação financeira.

16.6. As normas que disciplinam este procedimento licitatório serão sempre interpretadas em favor da ampliação da disputa entre os licitantes, desde que não comprometam o interesse da Administração, a finalidade ou a segurança da contratação.

16.7. A Contratada deverá manter, em compatibilidade com as obrigações assumidas, todas as condições de habilitação e qualificação exigidas neste edital.

16.8. A Comissão Especial de Licitação procederá à devolução dos invólucros fechados aos licitantes inabilitados, contendo as respectivas propostas, desde que não tenha havido recurso ou após sua denegação.

16.9. A participação do Licitante nesta licitação implica em aceitação de todos os termos deste edital.

16.10. Os casos não previstos neste Edital serão decididos pela Comissão Especial de Licitação ou pela autoridade superior.

Comissão Especial de Contratação da Câmara Municipal de São Felix do Xingu/PA, 08 de julho de 2025.

_____
Valéria Costa Oliveira
Presidente

_____
Adélmison Nascimento da Silva
Membro

_____
Ozeane Rodrigues dos Santos
membro

ANEXO III DECLARAÇÃO

À
Câmara Municipal de ..... A Comissão Especial de Licitação Concorrência nº 001/2025
Processo Administrativo nº 008/2025

A (Empresa) inscrita no CNPJ n. .....por intermédio de seu representante o(a) Sr(a) ....., portador (a) da Carteira de Identidade RG. N. ..... e do CPF. ....., DECLARA sob as penas da Lei:

1. Conhecimento do instrumento convocatório; ter recebido o **Invólucro nº 1**, assim como todos os documentos e informações necessários à participação nesta Concorrência, conhecendo e acatando as condições para o cumprimento das obrigações objeto da licitação;
2. Inexistência de impedimentos para a participação, ou seja, que não incorre em nenhum dos casos relacionados nas condições de participação do Edital.
3. Que a proposta apresentada foi elaborada de maneira independente.

Local, data, nome da agência, CPF e cargo e assinatura do representante legal.

ANEXO IV

PROPOSTA DE PREÇO - CONCORRÊNCIA Nº 001/2025

Razão Social da PROPONENTE:		
Endereço:		
CEP:	**Fone:**	**Fax:**
e-mail:	**CNPJ:**	**Inscrição Municipal :**

Prestação de serviços de publicidade a serem realizados conforme edital e seus anexos.

A presente Proposta é válida por ___ (_____) dias*, a contar de sua abertura.

(no mínimo 90 dias)

Declaramos que, na vigência do contrato decorrente da Concorrência n. 001/2025 promovida pela Câmara Municipal de São Felix do Xingu, a Contratada será remunerada pela aplicação de:

a) **Desconto** a ser concedido à Câmara Municipal de São Felix do Xingu para ressarcimento dos custos internos, baseados na Lista de Referência de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Pará: .....% (..... por cento), vigente à época da prestação dos serviços;

b) **Honorários** de .....% (por cento) incidente sobre os preços de: serviços prestados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material; de serviços especializados prestados por fornecedores referentes ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes à execução do contrato; de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias, e

c) **Honorários** de .....% (..... por cento) quando a responsabilidade da Agência limitar-se-á exclusivamente à contratação ou pagamento do serviço ou

suprimento, incidente sobre o valor respectivo;

d) **Remuneração** de .....% (..... por cento) incidente sobre o valor da contratação de mídia digital feita com a intermediação da agência, quando o veículo não remunere a agência pelo desconto padrão.

e) **Percentual relativo ao Desconto Padrão**, a ser concedido e pago pelos Veículos de Divulgação conforme Anexo "B" das Normas Padrão do CENP.

Ficam definidos, **sem estarem sujeitos à pontuação**, os percentuais máximos a serem pagos pela Câmara Municipal de São Felix do Xingu, aos direitos autorais de terceiros:

a) 70 % (setenta por cento) a atores e modelos, sobre o cachê original, pelos direitos de uso de imagem e som de voz, na reutilização de peças por período igual ao inicialmente pactuado;

b) 70 % (setenta por cento) sobre o valor original da cessão desses direitos, aos detentores dos direitos patrimoniais de uso de obras consagradas, incorporadas a peças na reutilização das peças por direito igual ao inicialmente pactuado.

1. Declaramo-nos cientes de que a Câmara Municipal de São Felix do Xingu procederá a retenção de tributos e contribuições nas situações previstas em lei.
2. Informamos conhecer e aceitar as disposições alusivas a direitos autorais estabelecidas no Edital.
3. Declaramos que comprometemos em envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores de serviços e veículos, quando for o caso, transferindo à Câmara Municipal de São Felix do Xingu as vantagens obtidas.

LOCAL:	**DATA:**

Nome do REPRESENTANTE:	
RG:	**CPF:**
Assinatura do REPRESENTANTE:	

Observação: A Proposta de Preços deverá ser elaborada em papel timbrado da licitante e assinada por seu representante, cuja competência para prática deste ato deverá estar documentalmente comprovada nos autos do certame.

ANEXO V

TERMO DE RETIRADA DE INVÓLUCRO APÓCRIFO

REF: CONCORRÊNCIA nº 001/2025

Declaro ter recebido, neste ato, o invólucro padronizado citado no Edital de Concorrência nº 001/2025, que tem por objeto a contratação de agência de propaganda para prestação de serviços de publicidade para a Câmara de São Felix do Xingu

São Felix do Xingu/ PA, _____de __de 2025.

Nome, assinatura e CPF do responsável
_____

Empresa_____

CNPJ Nº _____

Endereço _____

Nº do telefone _____

E-mail _____

ANEXO VI

RECIBO DE RETIRADA DE EDITAL

A empresa _____,

(nome da Empresa) retirou este Edital e deseja ser informada de qualquer alteração pelo e-mail_____.

_____,___de _____de ___

_____

(Assinatura, nome legível e CPF)

Obs.: Este Recibo deverá ser enviado à Comissão Especial de Licitação pelo e-mail licitacao@cmsaofelixdoxingu.pa.gov.br, com pedido de confirmação de recebimento para eventuais comunicações aos licitantes, se necessário.

A Comissão Especial de Licitação não se responsabiliza por comunicações não recebidas pelos licitantes que não encaminharam o recibo devidamente preenchido.

ANEXO VII PROCURAÇÃO/CREDENCIAMENTO

CONCORRÊNCIA Nº 001/2025

Por este instrumento particular de Procuração, a (Razão Social da empresa), com sede

(endereço completo), inscrita no CNPJ sob o nº----------, representada neste ato por seu(s) (qualificação(ões) do(s)

OUTORGANTE(s) Sr(a)....., portador(a) da Cédula de Identidade RG nº--- e CPF nº ----------, nomeia(m) e constitui(em) seu bastante procurador o(a) Sr(a)

(qualificação), portador(a) da Cédula de Identidade RG nº----------e CPF nº ----------

, a quem confere(imos) amplos poderes para representar a (Razão Social da Empresa) perante o Câmara de São Felix do Xingu-Pará, no que se referir ao Processo Licitatório

CONCORRÊNCIA nº 001/2025, podendo, enfim, praticar todos os atos necessários ao Processo de Licitação em epígrafe, em nome da Outorgante.

A presente Procuração é válida até o final de todo o processo licitatório.

_____, __de _____de 2025.

_____

Assinatura e Identificação da Outorgante

ANEXO VIII

MODELO DE DECLARAÇÃO DE CONDIÇÃO DE ME OU EPP

Cidade/PA , ... de ..... de 2025

À

COMISSÃO ESPECIAL DE LICITAÇÃO

Ref.: EDITAL DE CONCORRÊNCIA 001/2025

A empresa _____, inscrita no CNPJ sob o nº _____, por intermédio de seu representante legal, o(a) Sr.(a.) da __, portador(a) Carteira de Identidade nº _____, do CPF nº _, DECLARA que está regularmente enquadrada na categoria:

( ) MICROEMPRESA (ME), nos termos do inciso I do art. 3º da Lei Complementar nº 123 de 14 de dezembro de 2006.

( ) EMPRESA DE PEQUENO PORTE (EPP), nos termos do inciso II do art. 3º da Lei Complementar nº 123 de 14 de dezembro de 2006.

A LICITANTE declara sua ciência de que perderá o direito ao tratamento jurídico
diferenciado previsto na Lei Complementar nº 123 de 14 de dezembro de 2006 caso incorra em quaisquer situações previstas no § 4º do art. 3º da referida Lei, assim como, por qualquer motivo, deixe de se enquadrar na categoria declarada.

_____

[LICITANTE]

[assinatura do(s) representante(s) legal(is)

ANEXO IX

MODELO DE DECLARAÇÃO DE QUE NÃO EMPREGA MENOR

DECLARAÇÃO CONCORRÊNCIA Nº 001/2025

A empresa no _____, inscrita

CNPJ/MF sob o nº _____, por intermédio de seu representante

legal, o (a) Sr.(a) _____, portador(a) do

documento de identidade nº _____ e CPF/MF nº (a) no

_____, declara, para fins do disposto no inciso I do art. 63 da

Lei nº 14.133/2021, que não emprega menor de dezoito anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre e não emprega menor de dezesseis anos.

Ressalva:

Emprega menor, a partir de quatorze anos, na condição de aprendiz (_).

(marcar com um "x" o espaço acima, em caso afirmativo)

Cidade /xxx, _____de _____ 2025.

_____

ANEXO X MNINUTA DE CONTRATO

CONTRATO DE PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS Nº _____/2025, QUE ENTRE SI CELEBRAM O CÂMARA DE SÃO FELIX DO XINGU E A EMPRESA _____,

Pelo presente Instrumento e na melhor forma de direito, de um lado, **CÂMARA DE SÃO FELIX DO XINGU**, pessoa jurídica de direito público interno, CNPJ/MF nº xx xxx xxx/0001-xx, sediada administrativamente à Av. Cel. Tancredo, 670, Centro, 68380-000 – São Félix do Xingu – PA, neste ato representado pela Presidente da Câmara, Sr. XXX, portador da Carteira de Identidade PA XXX e inscrito no CPF/MF sob o nº XXX, doravante denominado simplesmente CONTRATANTE, e, de outro lado, a empresa XXXXXX, pessoa jurídica de direito privado, inscrita no CNPJ sob o n°XXX, com sede na Rua XXX, nº XXX0, no Câmara de XXX, Cep: XXX, representada pelo Sr(a). XXX portador da cédula de Identidade XXX e inscrito no CPF sob o n° XXXX, neste ato denominada simplesmente CONTRATADA; tendo em vista o que consta no Processo Licitatório n.º 008/2025, referente ao Edital da CONCORRÊNCIA PRESENCIAL Nº 001/2025, resolvem celebrar o presente **CONTRATO**, nos termos da Lei 14.133/2021 e 12.232/2010 mediante condições e cláusulas a seguir estabelecidas:

CLÁUSULA PRIMEIRA – DA LEGISLAÇÃO E DOS DOCUMENTOS VINCULADOS

1.1. O presente contrato reger-se-á pelas disposições da Lei 12.232, de 29.04.2010 e, de forma complementar, das Leis n. 4.680/65 e 14.133/21.

1.2. Independentemente de transcrição, fazem parte deste contrato e a ele se integram em todas as cláusulas, termos e condições aqui não expressamente alterados, independentemente de transcrição – o Edital da Concorrência n. 001/2025 e seus Anexos, bem como as Propostas Técnica e de Preços apresentadas pela Contratada.

CLÁUSULA SEGUNDA – DO OBJETO

2.1. Constitui objeto da presente licitação a contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agência de propaganda, de interesse da Câmara Municipal de São Felix do Xingu, cujo objeto inclui 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 difundir ideias ou informar o público em geral.

2.1.1. Também integram o objeto desta concorrência, 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 relativos à execução do contrato;

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

c) à produção e à execução técnica das peças e ou material criados pela agência contratada.

2.1.1.1. As pesquisas e outros instrumentos de avaliação previstos na alínea "a" do subitem 2.1.1 terão a finalidade de:

a. gerar conhecimento sobre o mercado ou o ambiente de atuação do Câmara Municipal de São Felix do Xingu, 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.

2.1.2. Os serviços previstos no subitem 2.1.1. 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.

2.1.2.1. 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 veículos de comunicação.

2.2 A CONTRATADA atuará por ordem e conta da CONTRATANTE, em conformidade com o artigo 3º da Lei 4.680/65, na contratação de fornecedores de bens e serviços, para a execução das atividades complementares de que trata o subitem 2.1.1 e de veículos e demais meios de divulgação, para a transmissão de mensagens publicitárias.

2.3. A CONTRATADA não poderá subcontratar outra agência de propaganda para a execução de serviços previstos nesta Cláusula.

2.4. A CONTRATADA atuará de acordo com solicitação da CONTRATANTE.

CLÁUSULA TERCEIRA – DA VIGÊNCIA E DA PRORROGAÇÃO

3.1. O presente contrato terá vigência de 12 (doze) meses, contados a partir do dia da sua assinatura.

3.1.1. A CONTRATANTE poderá optar pela prorrogação desse prazo, respeitada a vigência máxima decenal, mediante acordo entre as partes, nos termos dos artigos 106 e 107 da Lei 14.133/2021.

3.1.2. No interesse da Câmara Municipal de São Felix do Xingu a Contratada fica obrigada a aceitar os acréscimos ou supressões que se fizerem necessários nos serviços, nas mesmas condições contratuais, até o limite de 25% (vinte e cinco por cento) do valor inicial atualizado do contrato, conforme disposto no artigo 125 da Lei 14.133/2021.

CLÁUSULA QUARTA – DOS RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS

4.1. As despesas a serem realizadas pela CONTRATADA nos primeiros 12 (doze) meses, está estimado em R$ 598.000,00 (quinhentos e noventa e oito mil reais).

4.2. Os recursos orçamentários estimados para a presente concorrência correrão às contas dos recursos:
Órgão: Câmara Municipal de São Félix do Xingu
Unidade Orçamentária: Câmara Municipal de São Felix do Xingu
Projeto/Atividade: Manutenção e Funcionamento da Câmara de Vereador
Elemento de Despesa 3.3.90.39.00 Outros serv. de terc. pessoa jurídica
Subelemento: 3.3.90.39.90 Serviços de publicidade e propaganda
Fonte de recursos: 1.500
Objeto: CONTRATAÇÃO DE AGÊNCIA DE PROPAGANDA PARA A PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE EM GERAL

4.3. Se a CONTRATANTE optar pela prorrogação deste Contrato, consignará nos próximos exercícios em seu orçamento as dotações necessárias ao atendimento dos pagamentos previstos, e procederá conforme determinam os artigos 106 e 107 da Lei 14.133/2021.

4.4. A CONTRATANTE se reserva o direito de, a seu juízo, utilizar ou não a totalidade dos recursos previstos.

CLÁUSULA QUINTA – DAS OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA

5.1. Constituem obrigações da CONTRATADA, além das demais previstas neste

contrato ou dele decorrentes:

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

5.1.1. Realizar, com seus próprios recursos ou, quando necessário, mediante a intermediação na contratação de fornecedores nos termos do edital, todos os serviços relacionados com o objeto deste contrato, de acordo com as especificações estipuladas pela CONTRATANTE, observada a restrição prevista no subitem 2.1.1 deste contrato.

5.1.2. Utilizar os profissionais indicados para fins de comprovação da Capacidade de Atendimento (Proposta Técnica da Concorrência que deu origem a este ajuste) 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. Envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores e veículos e transferir à CONTRATANTE as vantagens obtidas.

5.1.3.1. Pertencem à CONTRATANTE as vantagens obtidas em negociação de compra de mídia 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 veículos de divulgação

5.1.3.1.1. O disposto no subitem 5.1.3.1 não abrange os planos de incentivo eventualmente concedidos por veículos à CONTRATADA, nos termos do artigo 18 da Lei 12.232/2010.

5.1.3.2. O desconto de antecipação de pagamento será igualmente transferido à CONTRATANTE, caso esta venha a saldar compromisso antes do prazo estipulado.

5.1.3.3. A CONTRATADA não poderá, em nenhum caso, sobrepor os planos de incentivo aos interesses da CONTRATANTE, preterindo veículos de divulgação que não os concedam ou priorizando os que os ofereçam, devendo sempre conduzir-se na orientação da escolha desses veículos de acordo com pesquisas e dados técnicos comprovados.

5.1.3.3.1. O desrespeito ao disposto no subitem 5.1.3.3 constituirá grave violação aos deveres contratuais por parte da CONTRATADA e a submeterá a processo administrativo em que, comprovado o comportamento injustificado, implicará a aplicação das sanções previstas neste contrato.

5.1.4. Negociar sempre as melhores condições de preço, até os percentuais máximos constantes dos subitens 10.2.1.1 e 10.2.2 no tocante aos direitos patrimoniais sobre trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos de autor e conexos e aos direitos patrimoniais sobre obras consagradas, nos casos de reutilizações de peças publicitárias da CONTRATANTE.

I Observar a seguintes condições para o fornecimento de bens ou serviços à CONTRATANTE: – fazer cotações prévias de preços para todos os serviços a serem prestados por fornecedores;

II – exigir do fornecedor que constem da cotação os produtos ou serviços que a compõem, seus preços unitários e total e, sempre que necessário, o detalhamento de suas especificações;

V – a cotação deverá ser apresentada no original, em papel timbrado, com a identificação do fornecedor (nome completo, CNPJ ou CPF, endereço, telefone, entre outros dados) e a identificação (nome completo, cargo na empresa, RG e CPF) e assinatura do responsável pela cotação;

VI – juntamente com a cotação deverão ser apresentados comprovantes de que o fornecedor está inscrito e em atividade, CNPJ ou no CPF e no cadastro de contribuintes estadual ou municipal, se for o caso, relativos ao seu domicílio ou sede, pertinentes a seu ramo de atividade e compatíveis com o serviços a ser fornecido.

VII – a CONTRATADA após recebimento de cada processo de pagamento pela CONTRATANTE fica obrigada, no prazo de 7 (sete) dias úteis, a apresentar comprovante de pagamento referente aos serviços de fornecedores executados em prol do objeto deste contrato.

5.1.5. Somente pessoas físicas ou jurídicas previamente cadastradas pelo contratante poderão fornecer ao contratado bens ou serviços especializados relacionados com as atividades complementares da execução do objeto do contrato.

5.1.5.1. O fornecimento de bens ou serviços especializados na conformidade do previsto no 5.1.5 deste, exigirá sempre a apresentação pelo contratado ao contratante de 3 (três) orçamentos obtidos entre pessoas que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido.

5.1.5.2. No caso do subitem 5.1.6.1., o CONTRATADO procederá à coleta de orçamentos de fornecedores em Invólucros fechados, que serão abertos em sessão pública, convocada e realizada sob fiscalização do CONTRATANTE, sempre que o fornecimento de bens ou serviços tiver valor superior a 0,5%

(cinco décimos por cento) do valor global do contrato.

5.1.5.3. Se não houver possibilidade de obter 03 (três) cotações, a CONTRATADA deverá apresentar as justificativas pertinentes, por escrito, para prévia decisão do gestor deste contrato.

5.1.5.4. Cabe à CONTRATADA informar, por escrito, aos fornecedores de serviços, acerca das condições estabelecidas na Cláusula Décima para a reutilização de peças e materiais publicitários, especialmente no tocante aos direitos patrimoniais de autor e conexos.

5.1.5.5. As disposições dos subitens 5.1.6 a 5.1.6.4 não se aplicam a compra de mídia.

5.1.6. Submeter à contratação de fornecedores, para a execução de serviços objeto deste contrato, à prévia e expressa anuência da CONTRATANTE.

5.1.6.1. é vedada a cotação prévia de preços para o fornecimento de bens ou serviços especializados de empresas em que:

I – um mesmo sócio ou cotista participe de mais de uma empresa fornecedora em um mesmo procedimento;

II – dirigente ou empregado da CONTRATADA tenha participação societária ou vínculo comercial ou de parentesco até o terceiro grau.

5.1.7. Obter a aprovação prévia da CONTRATANTE, por escrito para autorizar despesas com bens e serviços prestados por fornecedores, veiculação e qualquer outra relacionada com este contrato.

5.1.7.1. A CONTRATADA só poderá reservar e comprar espaço ou tempo publicitário de veículos, por ordem e conta da CONTRATANTE, se previamente a identificar e tiver sido por ela expressamente autorizada.

5.1.8. Apresentar à CONTRATANTE para aprovação do Plano de Mídia de cada campanha ou ação, relação dos meios, praças e veículos dos quais será possível e dos quais se revela impossível; obter o relatório de checagem de veiculação a cargo de empresa independente, para fins do disposto no subitem 11.5 e as justificativas que demonstrem tal impossibilidade, com o fim de atender ao disposto no artigo 15 da Lei 12.232/2010.

5.1.9. Apresentar à CONTRATANTE como alternativa ao subitem 5.1.9, estudo prévio sobre os meios, praças e veículos dos quais será possível e dos quais se revela impossível obter o relatório de checagem de veiculação a cargo de empresa independente e as justificativas que demonstrem tal impossibilidade, com o fim de atender ao disposto no artigo 15 da Lei 12.232/2010.

5.1.9.1. O estudo de que trata o subitem 5.1.10 deve levar em conta os meios, praças e veículos habitualmente programados nos esforços de comunicação da CONTRATANTE, com vistas à realização de negociação global entre as partes

sobre o que seja oneroso e o que seja suportável para a CONTRATADA.

5.1.9.1.1. Se fato superveniente alterar significativamente as análises e conclusões do estudo mencionado no subitem 5.1.10, a CONTRATANTE solicitará novo estudo à CONTRATADA e, em decorrência, poderá efetuar nova negociação global e determinar seu novo período de vigência.

5.1.10. Encaminhar imediatamente após a produção dos serviços, para constituir o acervo da CONTRATANTE, sem ônus para esta:

a) TV e Cinema: cópias em arquivos digitais;

b) internet: cópias em arquivos digitais;

c) Rádio: cópias em arquivos digitais;

d) Mídia impressas e material publicitário: cópias digitais.

5.1.11. Manter, durante o período de 05 (cinco) anos, após a extinção deste contrato, acervo comprobatório da totalidade dos serviços prestados, compreendendo as peças e ou material produzidos, independentemente do disposto no subitem 5.1.11.

5.1.12. Orientar a produção e a impressão das peças gráficas aprovadas pela CONTRATANTE.

5.1.12.1. O material a ser utilizado na distribuição só será definido após sua aprovação pela CONTRATANTE e sua reprodução dar-se-á a partir das peças mencionadas no subitem 5.1.11.

5.1.13. Entregar à CONTRATANTE, até o dia 10 (dez) do mês subsequente, relatório das despesas de produção e veiculação autorizadas no mês anterior e relatório dos serviços em andamento, estes com os dados mais relevantes para avaliação de seu estágio.

5.1.14. Registrar em relatório de atendimento todas as reuniões de serviços entre a CONTRATANTE e a CONTRATADA, com o objetivo de tornar transparentes os entendimentos havidos e também para que ambos tomem as providências necessárias do desempenho de suas tarefas e responsabilidades.

5.1.14.1. Esses relatórios deverão ser enviados pela CONTRATADA à CONTRATANTE até o prazo máximo de 02 (dois) dias úteis após a realização do contato.

5.1.14.2. 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 do respectivo relatório.

5.1.15. Tomar providências, imediatamente em casos de alterações, rejeições, cancelamentos ou interrupções de um ou mais serviços, mediante comunicação da CONRATANTE, respeitadas as obrigações contratuais já assumidas com

fornecedores e veículos e os honorários da CONRATADA pelos serviços realizados até a data dessas ocorrências, desde que não causadas pela própria CONTRATADA ou por fornecedores e veículos por ela contratados.

5.1.16. Não divulgar informações acerca da prestação dos serviços objeto deste contrato, que envolvam o nome da CONTRATANTE, sem sua prévia e expressa autorização.

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 caucionar ou utilizar o presente contrato como garantia para qualquer operação financeira.

5.1.19. Manter, durante a execução deste contrato, todas as condições de habilitação exigidas na Concorrência que deu origem a este ajuste, incluída a certificação de qualificação técnica de funcionamento de que tratam o artigo 4º e seu parágrafo primeiro da Lei 12.232/2010.

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

5.1.22 Cumprir a legislação trabalhista e securitária com relação a seus empregados e, quando for o caso, com relação a empregados de fornecedores contratados.

5.1.23. Assumir, com exclusividade, todos os tributos e taxas que forem devidos em decorrência do objeto deste contrato, bem como as contribuições devidas à Previdência Social, de 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.

5.1.24. 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.

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

5.1.26. Executar todos os contratos, tácitos ou expressos, firmados com fornecedores e veículos, bem como responder por todos os efeitos desses contratos perante seus signatários e a própria CONTRATANTE.

5.1.27. 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.

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

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

5.1.30. Responsabilizar-se pelo ônus resultante de quaisquer ações, demandas, custos e despesas decorrentes de danos causados por culpa ou dolo de seus empregados, prepostos e ou contratados, bem como obrigar-se por quaisquer responsabilidades decorrentes de ações judiciais que lhe venham a ser atribuídas por força de lei, relacionadas com o cumprimento do presente contrato.

5.1.30.1. 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 este tenha sido obrigado 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 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.

CLÁUSULA SEXTA – OBRIGAÇÕES DA CONTRATANTE

6.1. Constituem obrigações da CONTRATANTE, além das demais previstas neste contrato ou dele decorrentes:

a) cumprir todos os compromissos financeiros assumidos com a CONTRATADA;

b) comunicar, por escrito, à CONTRATADA, toda e qualquer orientação acerca dos serviços, excetuados os entendimentos orais, determinados pela urgência, que deverão ser confirmados por escrito no prazo de 24 (vinte e quatro) horas úteis.

c) fornecer e colocar à disposição da CONTRATADA todos os elementos e informações que se fizerem necessários à execução dos serviços.

d) verificar o cumprimento das cláusulas contratuais relativas aos honorários devidos à contratação de fornecedores de bens e serviços pela CONTRATADA.

e) proporcionar condições para a boa execução dos serviços;

f) notificar, formal e tempestivamente, a CONTRATADA sobre as irregularidades observadas no cumprimento deste contrato;

g) notificar a CONTRATADA, por escrito e com antecedência, sobre multas, penalidades e quaisquer débitos de sua responsabilidade.

6.2. A juízo da CONTRATANTE, a campanha publicitária integrante da Proposta Técnica que a CONTRATADA apresentou na concorrência de que deu origem a este contrato poderá ou não vir a ser produzida e distribuída durante sua vigência, com ou sem modificações

CLÁUSULA SÉTIMA – FISCALIZAÇÃO E ACEITAÇÃO

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

7.1.1. Serão nomeados um Fiscal ou Gestor titular e um substituto, para executar a fiscalização deste contrato e registrar em relatório todas as ocorrências, deficiências, irregularidades ou falhas porventura observadas na execução dos serviços e terão poderes, entre outros, para notificar a CONTRATANTE, objetivando sua imediata correção.

7.1.1.1. Além das atribuições previstas neste contrato e na legislação aplicável, caberá ao fiscal ou gestor, verificar o cumprimento das cláusulas contratuais relativas aos honorários devidos à CONTRATADA e às condições de contratação de fornecedores de serviços pela CONTRATADA.

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

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

7.4. A CONTRATADA adotará as providências necessárias para que qualquer execução, referente à produção, veiculação ou à distribuição, considerada não aceitável, no todo ou em parte, seja refeita ou reparada, nos prazos estipulados pela fiscalização, sem ônus para a CONTRATANTE.

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

7.6. A ausência de comunicação por parte da CONTRATANTE, referente a irregularidades ou falhas, não exime a CONTRATADA.

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 exigências apresentada pela fiscalização.

7.8. A CONTRATADA se obriga a permitir que a auditoria interna da CONTRATANTE e 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 representante credenciado pela CONTRATADA.

CLÁUSULA OITAVA – REMUNERAÇÃO

8.1. Pelos serviços prestados, a CONTRATADA será remunerada conforme disposto nesta cláusula:

8.1.1. Ressarcimento dos custos internos dos serviços executados pela CONTRATADA, com base na Lista de Referência de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Pará, vigente à época da prestação dos serviços, com a concessão do percentual de desconto de % (.....).

8.1.2. Percentual de honorários .....% (..... por cento) incidente sobre os preços de: serviços prestados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material; de serviços especializados prestados por fornecedores referentes ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes à execução do contrato; de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias;

8.1.3. Percentual de honorários ....% (..... por cento) quando a responsabilidade da Agência limitar-se exclusivamente à contratação ou pagamento do serviço ou suprimento, sobre o valor respectivo.

8.1.4. Na gestão dos investimentos destinados para distribuição das peças publicitárias de uma campanha em plataformas digitais, a remuneração das agências, prevista no item anterior, deverá incidir sobre o valor aplicado na plataforma.

8.1.5. Os layouts, roteiros e similares reprovados não serão cobrados pela CONTRATADA.

8.1.6. A CONTRATADA se compromete a apresentar planilha detalhada com os valores previstos na Lista de Referência de Custos Internos do Sindicato das

Agências de Propaganda do Estado de Pará, vigente na data de prestação dos serviços, e com os preços correspondentes a serem cobrados da CONTRATANTE, conforme previsto no subitem 8.1.1.

8.2. Os honorários de que tratam os subitens 8.1.2 a 8.1.3 serão calculados sobre o preço efetivamente faturado pelos fornecedores.

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

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

CLÁUSULA NONA – DESCONTO DE AGÊNCIA

9.1. Além da remuneração prevista na Cláusula Oitava, a CONTRATADA fará jus ao desconto padrão de agência concedido pelos veículos de comunicação, em conformidade com o artigo 11 da Lei 4.680/65 e Normas Padrão do CENP.

9.2. O desconto de que trata o subitem precedente é concedido à CONTRATADA pelos veículos de divulgação pela concepção, execução e ou distribuição de publicidade, por ordem e conta da CONTRATANTE, nos termos do artigo 19 da Lei 12.232/2010.

CLÁUSULA DÉCIMA – DIREITOS AUTORAIS

10.1. A CONTRATADA cede à CONTRATANTE os direitos patrimoniais do autor das ideias (incluídos os estudos, análises e planos), campanhas, peças e materiais publicitários, de sua propriedade, de seus empregados ou prepostos, concebidos e criados em decorrência deste contrato.

10.1.1. O valor dessa cessão é considerado incluído nas modalidades de remuneração definidas na Cláusula Oitava deste contrato.

10.1.2. A CONTRATANTE poderá, a seu juízo, utilizar referidos direitos diretamente ou através de terceiros, durante a vigência deste contrato, sem que lhe caiba qualquer ônus perante a CONTRATADA, seus empregados, prepostos ou fornecedores.

10.2. Com vistas às contratações para a execução de serviços que envolvam direitos de autor e conexos, a CONTRATADA solicitará dos fornecedores, quando determinada pela CONTRATANTE, orçamentos que prevejam a cessão dos respectivos direitos patrimoniais pelo prazo definido pela CONTRATANTE.

10.2.1. A CONTRATADA utilizará os trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos de autor e conexos dentro dos limites estipulados no respectivo ato de cessão e condicionará a contratação ao estabelecimento, no ato de cessão, orçamento ou contrato, de cláusulas em que o fornecedor garanta a cessão pelo prazo definido pela CONTRATANTE, em cada caso e se declare ciente e de acordo com as condições estabelecidas neste contrato.

10.2.1.1. Na reutilização de peças por período igual ao inicialmente ajustado, o percentual a ser pago pela CONTRATANTE em relação ao valor original dos direitos patrimoniais de autor e conexos será de no máximo 70% (setenta por cento). Para a reutilização por períodos inferiores, o percentual máximo será obtido pela regra de três simples.

10.2.1.1.1. O valor inicialmente contratado poderá ser reajustado tendo como parâmetros básicos os preços vigentes no mercado, aplicando-se, em tal caso, no máximo, a variação do IGP-DI da Fundação Getúlio Vargas, desde que decorrido pelo menos um ano da cessão original dos direitos.

10.2.2. Na reutilização de peças por período igual ao inicialmente ajustado, o percentual em relação ao valor original da cessão de uso de obras consagradas incorporadas a essas peças, a ser pago pela CONTRATANTE aos detentores dos direitos patrimoniais de autor e conexos dessas obras, será de no máximo 70 % (setenta por cento). Para a reutilização por períodos inferiores, o percentual máximo será obtido pela regra de três simples.

10.2.3. Quando da reutilização de quaisquer peças publicitárias, conforme previsto nos subitens 10.2.1.1. e 10.2.2. o valor a ser pago pela CONTRATANTE será negociado caso a caso, tendo como parâmetros básicos e qualidade e os preços praticados no mercado, obedecidos os percentuais máximos definidos neste contrato.

10.3. A CONTRATADA se obriga a fazer constar, em destaque, os preços dos cachês, os de cessão de direito de uso de obras consagradas, incorporadas à peça e os de cessão dos demais direitos patrimoniais de autor e conexos, nos orçamentos de produção aprovados pela CONTRATANTE, após os procedimentos previstos no subitem 5.1.5.

CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA – LIQUIDAÇÃO E PAGAMENTO DE DESPESAS

11.1 - A liquidação da despesa será realizada, por meio da aceitação formal, desde que cumpridas as exigências contratuais e mediante a apresentação das notas fiscais/faturas, conforme previsto neste.

11.2 - O pagamento será mensal, mediante processo administrativo. A CONTRATADA apresentará as notas fiscais/faturas dos serviços efetivamente prestados até o 15 do mês em curso, e a CONTRATANTE disporá de até 30 (trinta) dias para efetuar o pagamento, contados da data da aceitação dos serviços, por meio de depósito em conta bancária, formalmente indicada com os demais dados necessários à sua operacionalização.

11.2.1 - Em caráter extraordinário, a critério da CONTRATANTE, o encaminhamento dos processos pela CONTRATADA, para pagamento poderá ser efetuado de forma alternativa a que estabelecida acima.

11.2.2 - As cobranças dos serviços serão formalizadas mediante apresentação dos seguintes documentos, emitidos em nome da CONTRATANTE:

a) no caso de prestação de serviços: nota fiscal/fatura da CONTRATADA, em primeira via; nota fiscal/fatura de fornecedores em primeira via, em nome da CONTRATANTE; Estimativa de Custo (EC) ou Ordem de Compra (OC); comprovante de execução da peça, se for o caso, e, no mínimo, 3 (três) orçamentos, quando se tratar de serviços especializados;

b) no caso de contratação de mídia: nota fiscal de serviços da agência, em primeira via, e Nota Fiscal de Serviços de Comunicação - NFSC - dos veículos de comunicação, em primeira via, em nome da CONTRATANTE, acompanhadas da Autorização de Publicação - AP -, da tabela de preços do veículo, da descrição dos descontos negociados, se for o caso, e dos Pedidos de Inserção - PI - correspondentes, bem como do relatório de checagem de veiculação, a cargo de sociedade empresária independente, sempre que possível.

11.3. A liquidação de despesas será precedida das seguintes providências a cargo da CONTRATADA:

I – serviços executados pela CONTRATADA;

a. intermediação e supervisão de serviços prestados por fornecedores: apresentação dos documentos de cobrança de que tratam os subitens 11.1 e 11.2.

b. execução de serviços internos: apresentação dos documentos de cobrança de que tratam os subitens 11.1. e 11.2.

II – serviços prestados por fornecedores e veiculação:

a. produção e execução técnica de peça e ou material: apresentação dos documentos de cobrança de que tratam os subitens 11.1 e 11.2;

b. planejamento e execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes à execução do contrato: apresentação dos documentos de cobrança de que tratam os subitens 11.1 e 11.2;

c. criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias: apresentação dos documentos de cobrança de que tratam os subitens 11.1 e 11.2;

d. veiculação: apresentação dos documentos de cobrança de que tratam os subitem 11.1 e 11.2, da demonstração do valor devido ao veículo, da indicação dos descontos negociados, dos correspondentes pedidos de inserção e, sempre que possível, do respectivo relatório de checagem, a cargo de empresa independente.

11.3.1. As despesas com distribuição de peças e material de não mídia executada por fornecedores de serviços especializados terão o tratamento previsto na alínea “a” do inciso II do subitem 11.2.

11.3.2. Na ocorrência de falha local em uma programação em mídia eletrônica, além das providências previstas na alínea “d” do subitem 11.2 a CONTRATADA deverá apresentar documento do veículo com a descrição da falha e do respectivo valor a ser abatido na liquidação.

11.3.3. Os preços de tabela de cada inserção e os descontos negociados, de que trata o artigo 15 da Lei 12.232/2010, será conferido pelo gestor/fiscal do contrato, por ocasião da apresentação do Plano de Mídia pela CONTRATADA à CONTRATANTE.

11.4. O pagamento das despesas será feito em até 30 (trinta) dias após a apresentação dos documentos previstos nos subitens 11.1 e 11.2

11.5. No tocante à veiculação, além do previsto na alínea “d” do inciso II do subitem 11.2, a CONTRATADA fica obrigada a apresentar, sem ônus para a CONTRATANTE, os seguintes comprovantes:

I – Exemplar original de revista;

II – Jornal: exemplar ou a página com o anúncio, da qual devem constar as informações sobre período ou data de circulação, nome do jornal e praça;

III – demais meios: relatório de checagem de veiculação, a cargo de empresa independente, se não restar demonstrada, nos termos dos subitens 5.1.9 ou 5.1.10 a Cláusula Quinta perante a CONTRATANTE, a impossibilidade de fazê-lo.

11.5.1. Nos casos em que restar demonstrada, nos termos dos subitens 5.1.9 ou 5.1.10 da Cláusula Quinta, a impossibilidade de obter o relatório de checagem, a cargo de empresa independente, a CONTRATADA deverá apresentar:

I – TV, Rádio e Cinema: documento usualmente emitido pelo veículo (mapa ou comprovante de veiculação ou inserção ou irradiação e similares) e declaração de execução, sob as penas do artigo 299 do Código Penal, firmada pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração, local, data, nome do programa (quando for o caso), dias e horário da veiculação;

I.1) como alternativa do procedimento previsto no inciso I, a CONTRATADA poderá apresentar documento usualmente emitido pelo veículo (mapa ou comprovante de veiculação ou inserção ou irradiação e similares) em que figure a declaração prevista no inciso I deste subitem, na frente ou no verso desse documento, mediante impressão eletrônica ou carimbo, desde que essa declaração seja assinada e que esse documento composto contenha todas as informações previstas no inciso I deste subitem.

I.2) como alternativa ao conjunto de documentos previstos nos inciso I e I.1 deste subitem, a CONTRATADA poderá apresentar declaração de execução, sob as penas do artigo 299 do Código Penal, emitida pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração, local, data, nome do programa (quando for o caso), dia e horário da veiculação.

II – Mídia Exterior:

II.1. Mídia Out Off Home: relatório de exibição fornecido pela empresa que veiculou a peça, de que devem constar as fotos, período de veiculação, local e nome da campanha, datado e assinado, acompanhado de declaração de execução, sob as penas do artigo 299 do Código Penal, firmada pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração;

II.2. Mídia Digital Out Off Home: relatório de exibição, datado e assinado, fornecido pela empresa que veiculou a peça, de que devem constar fotos por amostragem, identificação do local da veiculação, quantidade de inserções,

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

II.3. Carro de Som: relatório de veiculação, datado e assinado, fornecido pela empresa que veiculou a peça, com relatório de fotos de todos os carros contratados, com imagem de fundo que comprove a cidade em que a ação foi realizada, acompanhado de declaração de execução, sob as penas do artigo 299 do Código Penal, firmada pela empresa que realizou a veiculação da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração;

III – internet: relatório de gerenciamento fornecido pela empresa que veiculou as peças, preferencialmente com o print da tela.

11.5.2. As formas de comprovação de veiculação em mídias não previstas nos incisos I, II e III do subitem 11.5.1. serão estabelecidas formalmente pela CONTRATANTE antes da aprovação do respectivo Plano de Mídia.

11.6. Caso se constate erro ou irregularidade na documentação de cobrança, a CONTRATANTE, a seu juízo, poderá devolvê-la para as devidas correções ou aceita-la com a glosa da parte que considerar indevida.

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

11.7. No caso de eventual falta de pagamento pela CONTRATANTE nos prazos previstos, o valor devido será corrigido financeiramente, mediante solicitação expressa da CONTRATADA, desde o dia de seu vencimento até a data de seu efetivo pagamento, com base na variação do IGP-DI da Fundação Getúlio Vargas.

11.7.1. 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.

11.8. A CONTRATANTE não pagará nenhum compromisso, assumido pela CONTRATADA, que lhe venha a ser cobrado diretamente por terceiros.

11.9. Os pagamentos a fornecedores e veículos por serviços prestados serão efetuados pela CONTRATADA em até 15 (quinze) dias após o recebimento da ordem bancária da CONTRATANTE pela agência bancária pagadora.

11.9.1 A CONTRATADA informará à CONTRATANTE os pagamentos feitos a fornecedores e veículos a cada ordem bancária de pagamento emitida pela CONTRATANTE e encaminhará relatórios até o décimo quinto dia de cada mês com a consolidação dos pagamentos efetuados no mês imediatamente anterior.

11.9.1.1. Os dados e formatos dos controles serão definidos pela CONTRATANTE e os relatórios deverão conter pelo menos as seguintes informações: data de pagamento da CONTRATANTE, data do pagamento da CONTRATADA, número da nota fiscal, valor pago e nome do favorecido.

11.10. O não cumprimento do disposto nos subitens acima ou a falta de apresentação de justificativa plausível para o não pagamento no prazo estipulado poderá implicar a suspensão da liquidação das despesas da CONTRATADA, até que seja resolvida a pendência.

11.10.1. Caracterizada a inexecução contratual pelos motivos expressos neste, a CONTRATANTE, nos termos da Cláusula Décima Quarta, poderá optar pela rescisão deste contrato e ou, em caráter excepcional, liquidar despesas e efetuar os respectivos pagamentos diretamente ao fornecedor de serviços ou ao veículo, conforme o caso.

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

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

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

CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA – GARANTIA

12.1. A CONTRATADA não prestará garantia, em favor da CONTRATANTE na vigência deste contrato.

CLÁUSULA DÉCIMA TERCEIRA – SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

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

I – advertência;

II – multa de mora e multa por inexecução contratual;

II – suspensão temporária de participação de licitação e impedimento de contratar com a CONTRATANTE por prazo de até 2 (dois) anos;

IV – declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com a Administração

Pública.

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

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

13.2. A aplicação das sanções observará as seguintes disposições:

I – as multas e a advertência serão aplicadas pela Coordenadora de Comunicação.

II – caberá a Coordenadora Municipal de Comunicação aplicar a suspensão temporária de participação de licitação e impedimento de contratar com a CONTRATANTE e propor a declaração de inidoneidade.

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

I – descumprimento parcial das obrigações e responsabilidades assumidas contratualmente;

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

13.3.1. No ato de advertência, a CONTRATANTE estipulará prazo para o cumprimento da obrigação e ou responsabilidade mencionadas no inciso I e para a correção das ocorrências de que trata o inciso II, ambos do subitem 13.3.

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

13.4.1. O atraso sujeitará a CONTRATADA à multa de 1% (um por cento) por dia de atraso na entrega de material ou execução de serviço, a contar do primeiro dia útil da respectiva data fixada, até o limite de 30 (trinta) dias úteis, calculada sobre o valor correspondente à obrigação não cumprida.

13.4.2. O atraso injustificado superior a 30 (trinta) dias na entrega de material ou execução de sérvios caracterizará inexecução total deste contrato.

13.5. A inexecução contratual sujeitará a CONTRATADA à multa compensatória de:

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

II – 1% (um por cento) calculado sobre o valor previsto no subitem 4.1 pela:

a. inexecução total deste contrato;

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

13.6. A suspensão do direito de licitar e contratar com a CONTRATANTE poderá ser aplicada à CONTRATADA se, por culpa ou dolo, prejudicar ou tentar prejudicar a execução deste ajuste, nos seguintes prazos e situações:

I – por até 2 (dois) anos:

a. Não conclusão dos serviços contratados;

b. Prestação do serviço em desacordo com as especificações constantes da Ordem de Serviço depois da solicitação de correção efetuada pela CONTRATANTE;

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

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

e. Apresentação à CONTRATANTE, de qualquer documento falso ou falsificação, no todo ou em parte, com o objeto de participar da licitação que deu origem a este contrato, que venha ao conhecimento da CONTRATANTE após a assinatura deste contrato, ou para comprovar, durante sua execução, a manutenção das condições apresentadas na habilitação;

f. Demonstração, a qualquer tempo, de não possuir idoneidade para contratar com a CONTRATANTE em virtude de atos ilícitos praticados;

g. Ocorrência de ato capitulado como crime pela Lei 14.133/2021, praticado durante o procedimento licitatório, que venha ao conhecimento da CONTRATANTE após a assinatura deste contrato;

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

13.7. A declaração de inidoneidade será aplicada quando constatada má-fé, ação maliciosa e premeditada em prejuízo da CONTRATANTE, atuação com

interesses escusos, reincidência em faltas que acarretem prejuízo à CONTRATANTE ou aplicações anteriores de sucessivas outras sanções.

13.7.1. A declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com a Administração Pública será aplicada à CONTRATADA se, entre outros casos:

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

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

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

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

13.8. Da aplicação das sanções de advertência multa e suspensão do direito de licitar ou contratar com a CONTRATANTE caberá recurso, no prazo de 15 (quinze) dias úteis, contado do primeiro dia útil subsequente ao do recebimento da comunicação.

13.8.1. O recurso referente à aplicação de sanções deverá ser dirigido à autoridade imediatamente superior, por intermédio daquela responsável pela sua aplicação, a qual poderá reconsiderar sua decisão, no prazo de 5 (cinco) dias úteis ou, nesse mesmo prazo, fazê-lo subir, devidamente informado, devendo, neste caso, a decisão ser proferida dentro do prazo de 20 (vinte) dias úteis, contado do recebimento do recurso, conforme especificado a seguir:

a) as multas e a advertência: por intermédio do Gestor/fiscal do contrato;

b) suspensão do direito de licitar ou contratar com a CONTRATANTE: dirigido a Prefeita Municipal.

13.9. As sanções aqui previstas são independentes entre si, podendo ser aplicadas isoladas ou cumulativamente, sem prejuízo de outras medidas cabíveis, respondendo ainda a CONTRATADA por qualquer indenização

suplementar no montante equivalente ao prejuízo excedente que causar, na forma do parágrafo único do artigo 416 do Código civil.

13.10. A aplicação das sanções previstas neste contrato não exclui a possibilidade de aplicação de outras, previstas na Lei 14.133/2021, incluída a responsabilização da CONTRATADA por eventuais perdas e danos causados à CONTRATANTE.

13.11. O valor das multas poderá ser descontado do valor da fatura de quaisquer serviços referentes ao presente contrato, cobrado diretamente ou, ainda quando for o caso, cobrado judicialmente da CONTRATADA.

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

CLÁUSULA DÉCIMA QUARTA – RESCISÃO

14.1. O presente contrato poderá ser rescindido pelos motivos e formas previstas na Lei 14.133/2021.

14.1.1. Este contrato também poderá ser rescindido, independentemente de interpelação judicial ou extrajudicial, desde que motivado o ato e assegurados o contraditório e a ampla defesa, quando a CONTRATADA:

a. For atingido por protesto de título, execução fiscal ou outros fatos que comprometam a sua capacidade econômico-financeira;

b. For envolvida em escândalo público e notório;

c. Quebrar o sigilo profissional.

d. Utilizar, em benefício próprio ou de terceiros, informações não divulgadas ao público e às quais tenha acesso por força de suas atribuições contratuais;

e. Motivar a suspensão dos serviços por parte de autoridades competentes, caso em que responderá por eventual aumento de custos daí decorrentes e por perdas e danos que a CONTRATANTE, como consequência, venha a sofrer;

f. Deixar de comprovar sua regularidade fiscal, inclusive contribuições previdenciárias e depósitos do FGTS, para com seus empregados, na forma definida neste contrato: e

g. Vier a ser declarada inidônea por qualquer órgão da Administração Pública;

h. Não comprovar a qualificação técnica de funcionamento prevista no

artigo 4º da Lei 12.232/2010;

i. Deixar de atender ao disposto nos subitens 5.1.5.3, 11.9 e 11.9.1.

14.2. Fica expressamente acordado que, em caso de rescisão, nenhuma remuneração será cabível, a não ser o ressarcimento de despesas autorizadas pela CONTRATANTE e comprovadamente realizadas pela CONTRATADA, previstas no presente contrato.

14.3. Em caso de associação da CONTRATADA com outras empresas, de cessão ou transferência, total ou parcial, bem como de fusão, cisão ou incorporação, caberá à CONTRATANTE decidir sobre a continuidade do presente contrato, com base em documentação comprobatória que justifique quaisquer das ocorrências.

CLÁUSULA DÉCIMA QUINTA - DA PROTEÇÃO DE DADOS

15.1 O presente CONTRATO se dará a partir das premissas da Lei Geral de Proteção de Dados – LGPD (LEI N.º 13.709/2018, em especial os princípios da finalidade, adequação, transparência, livre acesso, segurança, prevenção e não discriminação no tratamento dos dados.

15.2 As partes se comprometem, no decurso do prazo de vigência do presente Termo de Contrato, a proteger os direitos fundamentais de liberdade e de privacidade e o livre desenvolvimento da personalidade da pessoa natural, relativos ao tratamento de dados pessoais, inclusive nos meios digitais, garantindo que o tratamento de dados pessoais dar-se-á de acordo com as bases legais previstas nas hipóteses dos Arts. 7º e/ou 11 da Lei 13.709/2018 às quais se submeterão os serviços executados, e para propósitos legítimos, específicos, explícitos e informados ao titular.

CLÁUSULA DÉCIMA SEXTA - DA ANTICORRUPÇÃO

16.1 As Partes declaram conhecer as normas de prevenção à corrupção prevista na legislação brasileira, dentre elas, a Lei de Improbidade Administrativa (Lei nº 8.429/1992) e a Lei nº 12.846/2013 e seus regulamentos (em conjunto, "Leis Anticorrupção") e se comprometem a cumpri-las fielmente"

CLÁUSULA DÉCIMA SÉTIMA – DISPOSIÇÕES GERAIS

17.1. A CONTRATADA guiar-se-á pelo Código de Ética dos Profissionais de Propaganda e pelas normas correlatas, com o objetivo de produzir publicidade que esteja de acordo com as demais leis vigentes a moral e aos bons costumes.

17.2. A CONTRATANTE providenciará a publicação do extrato deste contrato e

de seus eventuais termos aditivos, às suas expensas, na forma prevista na Lei 14.133/2021.

17.3. Constituem direitos e prerrogativas da CONTRATANTE, além dos previstos em outras leis, os constantes da Lei 14.133/2021, que a CONTRATADA aceita e a eles se submete.

17.4. 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 gerará o direito de, a qualquer tempo, exigirem o fiel cumprimento do avençado

17.5. As informações sobre a execução deste contrato, com os nomes dos fornecedores de serviços e de veículos de divulgação, serão divulgadas no sítio da CONTRATANTE na internet.

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

CLÁUSULA DÉCIMA OITAVA – FORO

18.1. As questões decorrentes da execução deste contrato que não puderem ser dirimidas administrativamente serão processadas e julgados no foro da comarca de São Felix do Xingu-Pará.

E, por estrem justos e acordados, assinam digitalmente e por meio de certificados, o presente contrato que igualmente o subscrevem.

Câmara Municipal de São Felix do Xingu-Pará,..... de 2025.

CONTRATANTE **CONTRATADA**

Testemunhas:

Nome CPF. CPF