EDITAL DA LICITAÇÃO

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 09/2025/PMC

Processo Administrativo nº 096040/2025

Prezado fornecedor, o Município de Cuiabá agradece o seu interesse em participar deste certame e espera a sua melhor proposta para que você possa ser nosso fornecedor.

Visando poupar o seu tempo e facilitar a apresentação da sua proposta neste certame, os documentos que você precisa ler para participar nesta disputa foram elaborados evitando, ao máximo, repetir informações. É fundamental que você leia, além do edital, TODOS os anexos, pois há regras importantes para a contratação, a serem observadas durante a execução do contrato, que não estarão indicadas no edital:

a. Anexo I do Edital – Termo de Referência;
b. Anexo I do Termo – Qualificação da Requerida;
c. Anexo II do Termo – Modelo de Portaria de Seleção Interna;
d. Anexo III do Termo – Modelo de Procedimento de seleção Interna das Agências de Publicidade;
e. Anexo IV do Termo – Tabela de Custos Internos (SINAPRO-MT);
f. Anexo V do Termo – Modelo de Proposta de Preços;
g. Anexo VI do Termo – Modelo de Carta de Credenciamento;
h. Anexo VII do Termo – Modelos de Declarações;
i. Anexo VIII do Termo – Declaração Para Microempresas E Empresas De Pequeno Porte
j. Anexo IX - do Termo – Briefing e
k. Anexo II do Edital - Minuta de Contrato;

Os anexos à acima citados são partes integrantes do Edital e estão disponíveis para serem retirados no sitio da prefeitura: http://licitacao.cuiaba.mt.gov.br/licitacao/ou serem solicitadas através do e-mail: licitacoes@cuiaba.mt.gov.br, ou na sede da Prefeitura Municipal, localizada no endereço Praça Alencastro, nº 158, Bairro Centro – Popular, Cuiabá/MT, CEP: 78005-360, horário das 08:00 às 12:00 e das 14:00 as 18:00 horas em dias úteis.

A minuta do contrato traz as cláusulas que serão redigidas no instrumento que formalizará o nosso negócio, se ele vier a acontecer. Nela estão as obrigações das partes, as consequências para o seu descumprimento e as condições que regem a sua execução.

Os fornecedores que não estão acostumados com as licitações aqui do Município de Cuiabá devem ler com atenção todas as informações gerais para entender os detalhes da licitação. Nem todos documentos não são de leitura obrigatória e contêm informações que já estarão aqui. Além disso, se houver qualquer divergência, prevalecerá a regra deste edital e anexos.

Bons negócios!

EDITAL DA LICITAÇÃO

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 09/2025/PMC

Processo Administrativo nº 096040/2025

MUNICÍPIO DE CUIABÁ

Sumário

1. PREÂMBULO 2
2. DO OBJETO, ESPECIFICAÇÃO E VALOR ESTIMADO DA CONTRATAÇÃO 2
3. DO VALOR ESTIMADO DA CONTRATAÇÃO 4
4. DA GARANTIA FINANCEIRA DO CONTRATO 4
5. DA FUNDAMENTAÇÃO DA CONTRATAÇÃO 4
6. CONDIÇÕES PARA PARTICIPAÇÕES DO CERTAME 5
7. DA PARTICIPAÇÃO DE MICRO E PEQUENAS EMPRESAS 7
8. DAS EMPRESAS REUNIDAS EM CONSÓRCIOS 8
9. DO CREDENCIAMENTO 8
10. DATA, LOCAL PARA CREDENCIAMENTO, ABERTURA DE SESSÃO E RECEBIMENTO DA PROPOSTA 10
11. DA ENTREGA DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO 10
12. DA APRESENTAÇÃO DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO 11
13. DA ANÁLISE DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO 15
14. ESCLARECIMENTOS E IMPUGNAÇÕES SOBRE O EDITAL 16
15. DA COMISSÃO ESPECIAL DE LICITAÇÃO E SUB COMISSÃO TÉCNICA 16
16. DO PROCESSAMENTO E JULGAMENTO DA LICITAÇÃO 18
17. DA ENTREGA DA PROPOSTA TÉCNICA 21
18. DA ENTREGA DA PROPOSTA DE PREÇOS 29
19. DO JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS E DE PREÇOS 30
20. DO JULGAMENTO FINAL DAS PROPOSTAS TÉCNICAS E DE PREÇOS 35
21. DA DIVULGAÇÃO DOS ATOS LICITATÓRIOS 35
22. DOS RECURSOS ADMINISTRATIVOS 36
23. DA REMUNERAÇÃO 36
24. DOS DIREITOS AUTORAIS 38
25. DA HOMOLOGAÇÃO E ADJUDICAÇÃO 38
26. DAS DISPOSIÇÕES FINAIS 38

ANEXO I - TERMO DE REFERÊNCIA 41

ANEXO I DO TERMO DE REFERÊNCIA - QUALIFICAÇÃO REQUERIDA 89

ANEXO II DO TERMO DE REFERÊNCIA - PORTARIA DE SELEÇÃO INTERNA 89

ANEXO III DO TERMO DE REFERÊNCIA - PROCEDIMENTO DE SELEÇÃO INTERNA DAS AGÊNCIAS DE PUBLICIDADE 92

ANEXO IV DO TERMO DE REFERÊNCIA - TABELA DE CUSTOS INTERNOS – SINAPRO/MT 95

ANEXO V DO TERMO DE REFERÊNCIA - MODELO DE PROPOSTA DE PREÇOS 96

ANEXO VI DO TERMO DE REFERÊNCIA - MODELO DE CARTA DE CREDENCIAMENTO 97

ANEXO VII DO TERMO DE REFERÊNCIA – DECLARAÇÕES 98

EDITAL DA LICITAÇÃO

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 09/2025/PMC

Processo Administrativo nº 096040/2025

ANEXO VIII - DECLARAÇÃO PARA MICROEMPRESAS E EMPRESAS DE PEQUENO PORTE 100
ANEXO IX DO TERMO DE REFERÊNCIA - BRIEFING - CONCORRÊNCIA Nº /2025/PMC 101
ANEXO II DO EDITAL - MINUTA DE CONTRATO 103

1. PREÂMBULO

1.1. A PREFEITURA MUNICIPAL DE CUIABÁ, localizada à Praça Alencastro, nº 158, Bairro Centro – Popular, Cuiabá/MT, CEP: 78005-360, torna público que realizará licitação na modalidade de CONCORRÊNCIA PÚBLICA, a ser julgada pelo critério TÉCNICA E PREÇO, de acordo com o que se encontra definido na especificação e condições estabelecidas neste Edital e seus anexos, cuja direção e julgamento serão realizados por uma Comissão Especial de licitação nomeados pela Portaria nº 1527/2025, em conformidade com o disposto na Lei de Licitações e Contratos Administrativos nº 14.133, de 1º de abril de 2021, Decreto Municipal nº 9.650 de 17 de maio de 2023 e demais legislações pertinentes, mediante as condições estabelecidas neste Edital e seus anexos.

2. DO OBJETO, ESPECIFICAÇÃO E VALOR ESTIMADO DA CONTRATAÇÃO

2.1. Descrição do objeto: Contratação de 05 (cinco) agências de propaganda, para a prestação de serviços de publicidade para a Prefeitura Municipal de Cuiabá e suas secretarias, via Secretaria de Comunicação, sem segregação em lotes, itens ou contas publicitárias, de acordo com as Leis Federais 4.680/1965, 12.232/2010 e 14.133/2021, **sendo considerado como serviços de publicidade:** estudos, planejamento, conceituação, concepção, criação, intermediação, supervisão e execução de estratégias e ações de publicidade e atividades complementares assim como a distribuição da comunicação aos veículos.

2.2 Também integram o objeto desta contratação, como atividades complementares, os serviços especializados pertinentes:

2.2.1 Compreende-se como ação publicitária, o conjunto de peças e materiais publicitários concebidos e desenvolvidos pela agência de propaganda, mediante demanda do anunciante, com o intuito de atender ao princípio da publicidade e ao direito à informação, de difundir ideias e princípios, posicionar instituições e programas, disseminar iniciativas e políticas públicas, promover a divulgação das ações do Poder Executivo Municipal da Administração Pública Direta e Indireta, assim como a distribuição da comunicação aos veículos e demais meios de divulgação, com o objetivo de informar o público em geral.

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

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

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

2.2.4.1 à produção, à execução técnica e à veiculação das peças e projetos criados, como, por exemplo, a contratação de empresa especializada para envio de material aos veículos/exibidoras (via link, SD ou outra

mídia) ou mesmo para conversão de formato e/ou extensão para veiculação em mídia específica (como no caso para exibição em cinemas), entre outros;

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

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

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

2.3.1 gerar conhecimento sobre o mercado ou ambiente de atuação da Prefeitura Municipal de Cuiabá, o público-alvo e os veículos de divulgação nos quais serão difundidas as campanhas ou peças;

2.3.2 aferir a eficácia do desenvolvimento estratégico, da criação e da divulgação de mensagens;

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

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

2.5 Não está contemplada no objeto a divulgação de publicidade oficial, assim entendida a publicação de documentos e informações determinadas por força de lei ou regulamento, veiculada via Gazeta Municipal de Cuiabá.

2.6 Também não se abrange neste objeto as atividades de promoção, patrocínio, relações públicas, assessorias de comunicação e de imprensa e aquelas que tenham por finalidade a realização de eventos festivos. Não se incluem no conceito de patrocínio os projetos de veiculação em mídia – assim entendidos os projetos de veiculação em mídia ou em instalações, dispositivos e engenhos que funcionem como veículo de divulgação – e o patrocínio de eventos esportivos, culturais ou de entretenimento comercializados por veículo de divulgação.

2.7 Especificação:

ITEM	CÓD TCE	ESPECIFICAÇÃO	QTD	VALOR TOTAL
01	218047-2	Contratação de agências de propaganda, para a prestação de serviço de publicidade para a PREFEITURA MUNICIPAL DE CUIABÁ, via Secretaria Municipal de Comunicação, sem segregação em lotes, itens ou contas publicitárias, de acordo com as Leis Federais nº 4.680/1965, nº 12.232/2010 e nº 14.133/2021, sendo considerado como serviços de publicidade: estudo, planejamento, conceituação, concepção, criação, intermediação, supervisão e execução de estratégias e ações de publicidade e atividades complementares, assim como a distribuição da comunicação aos veículos.	5	R$ 40.000.000,00

3. DO VALOR ESTIMADO DA CONTRATAÇÃO

3.1 O valor global estimado da contratação será de R$40.000.000,00 (quarenta milhões) e contemplará as 05 agências vencedoras do certame sendo que, a remuneração devida a cada uma atenderá à proposta de preços apresentada pelas mesmas distintamente quando da solicitação aprovada para a prestação dos serviços a ser contratado pela Secretaria Municipal de Comunicação.

3.2 Ressalta-se que a Prefeitura Municipal de Cuiabá se reserva o direito de utilizar ou não a totalidade dos recursos previstos, conforme necessidade e conveniência da administração, bem como de acordo com o planejamento e a execução das campanhas institucionais.

4. DA GARANTIA FINANCEIRA DO CONTRATO

4. 1 As contratadas prestarão individualmente seguro-garantia, em favor da Prefeitura Municipal de Cuiabá, no valor de R$ 400.000,00 (quatrocentos mil reais), correspondente a 1% (um por cento) do valor do contrato, de acordo com o Artigo 96, da Lei Federal nº 14.133/2021, podendo cada contratada optar por uma das modalidades previstas no diploma legal citado, no prazo de 30 (trinta) dias contados a partir da data de assinatura do contrato.

5. DA FUNDAMENTAÇÃO DA CONTRATAÇÃO

5.1. O presente documento está baseado em Estudo Técnico Preliminar disponivel no processo administrativo SIGED n°096040/2025.

5.2. Por força legal contida no artigo 1º da Lei 12.232/2010, é obrigatória a realização de procedimentos licitatórios nas contratações pela administração pública de serviços de publicidade, que deverão ser prestados necessariamente por intermédio de agências de propaganda.

5.3. De acordo com o Artigo 28 da Lei nº 14.133/2021 e com o artigo 5º da Lei nº 12.232/2010, este processo licitatório deverá ser realizado na modalidade "concorrência" do tipo "técnica e preço".

6. CONDIÇÕES PARA PARTICIPAÇÃO DO CERTAME

6.1. Quem for do ramo de atividade compatível com o objeto licitado e atender às condições descritas na Qualificação da Requerida (ANEXO I do Termo de Referência);

6.2. Quem não estiver sancionado com suspensão do direito de licitar e contratar pelo Município de Cuiabá ou com declaração de inidoneidade para licitar ou contratar por qualquer órgão ou entidade da Administração Pública;

6.3. Quem não tiver vínculo de natureza técnica, comercial, econômica, financeira, trabalhista ou civil com autoridade municipal ou com agente público municipal que desempenhe função na licitação ou atue na fiscalização ou na gestão do contrato;

6.4. Quem não tiver cônjuge, companheiro ou parente em linha reta, colateral ou por afinidade, até o terceiro grau, autoridade municipal ou com agente público municipal que desempenhe função na licitação ou atue na fiscalização ou na gestão do contrato;

6.5. Empresas controladoras, controladas ou coligadas, nos termos da Lei nº 6.404, de 15 de dezembro de 1976, desde que não estejam concorrendo entre si; e

6.6. Quem, nos cinco anos anteriores à divulgação deste edital, não tiver sido condenado judicialmente, com trânsito em julgado, por exploração de trabalho infantil, por submissão de trabalhadores a condições análogas às de escravo ou por contratação de adolescentes nos casos vedados pela legislação trabalhista.

6.7. Empresas reunidas em consórcios poderão participar desta licitação: **NÃO**.

6.8. Haverá possibilidade subcontratação: **NÃO**.

6.9. Nenhum licitante poderá participar com mais de uma proposta.

6.10. O interessado em participar da licitação se obriga a acompanhar na Gazeta Municipal de Cuiabá – MT, eventuais alterações ou informações sobre a concorrência em questão.

6.11. Para a contratação das agências de publicidade, deverão ser observados os seguintes requisitos mínimos:

6.11.1 **Habilitação Legal e Técnica:** A agência de propaganda deverá estar legalmente constituída, com

atividades reguladas pela Lei nº 4.680/1965 e detentora de certificado de qualificação técnica de funcionamento, conforme previsto no artigo 4º da Lei nº 12.232/2010; conforme estipulado no Anexo I do Termo de Referência.

6.11.2 **Execução dos Serviços nas Instalações da Contratada:** Os serviços deverão ser prestados diretamente nas instalações das agências contratadas, não sendo necessária a disponibilidade de infraestrutura física, lógica ou elétrica por parte da Prefeitura Municipal de Cuiabá;

6.11.3 **Atendimento Local:** As agências deverão manter, em Cuiabá ou em sua região metropolitana, sede, filial, sucursal ou escritório com estrutura técnica e administrativa adequada para atendimento direto à Secretaria Municipal de Comunicação – SECOM, o prazo para instalação será de até 15 (quinze) dias, que é o prazo previsto para a execução do contrato.

6.11.4 Equipe Técnica Mínima Obrigatória:

6.11.4.1 A agência contratada deverá dispor de equipe profissional mínima composta por:

01 (um) profissional na área de atendimento;

01 (um) profissional na área de planejamento e pesquisa; 02 (dois) profissionais na área de criação;

01 (um) na área de mídias sociais e inovações;

01 (um) profissional na área de produção impressa, eletrônica e de design/computação gráfica; 01 (um) profissional na área de mídia;

01 (um) especialista em planejamento de marketing digital e tráfego pago.

6.11.4.2 A comprovação da equipe técnica poderá ser feita por simples declaração.

6.11.5 **Responsabilidade pela Contratação de Terceiros:** A agência será responsável pela intermediação e supervisão da contratação de fornecedores especializados, bem como dos veículos de comunicação e divulgação necessários para a execução das ações publicitárias, sempre por ordem e conta da SECOM;

6.11.6 **Adequação Legal dos Serviços Contratados:** Os serviços de publicidade deverão restringir-se às atividades previstas no artigo 2º da Lei nº 12.232/2010, sendo vedada a inclusão de serviços como assessoria de imprensa, comunicação e relações públicas, ou a realização de eventos festivos de qualquer natureza;

6.11.7 **Submissão à Aprovação da SECOM**: Todos os serviços, ações, peças e campanhas publicitárias deverão ser submetidos à aprovação prévia da Secretaria Municipal de Comunicação, que será responsável pela validação e autorização da produção e veiculação.

7. DA PARTICIPAÇÃO DE MICRO E PEQUENAS EMPRESAS

7.1. A microempresa e empresa de pequeno porte que quiserem usufruir dos benefícios concedidos pela Lei Complementar Federal n° 123/2006 e Lei Complementar Municipal nº 192/2009 de 05 de outubro de 2009, deverão apresentar no **Ato do Credenciamento:**

7.1.1. Quando optante pelo SIMPLES NACIONAL:

7.1.1.1. Comprovante de opção pelo SIMPLES obtido no sítio da Secretaria da Receita Federal.

7.1.1.2. Declaração de que não se encontra em nenhuma das situações do § 4º, art. 3º, da Lei Complementar Federal 123/2006.

7.1.1.3. Certidão da Junta Comercial Atualizada.

7.1.2. Quando não optante pelo SIMPLES NACIONAL:

7.1.2.1 Declaração de imposto de renda ou balanço patrimonial e demonstração do resultado do exercício - DRE, comprovando ter receita bruta dentro dos limites estabelecidos nos incisos I e II do art. 3º da LC 123/2006.

7.1.2.1 Declaração de que não se encontra em nenhuma das situações do § 4º, art. 3º da LC 123/2006.

7.1.2.2 Certidão da Junta Comercial Atualizada.

7.1.2.4 REQUERIMENTO, assinado por representante/sócio da empresa, solicitando valer-se do tratamento diferenciado concedido à microempresa e empresa de pequeno porte **pela Lei Complementar Municipal nº 192/2009,** de 05 de outubro de 2009.

7.1.2.5. Juntamente com o requerimento solicitado no item anterior, no caso de Microempresa e Empresa de Pequeno Porte as quais queiram participar deste certame beneficiando-se do sistema diferenciado elencado na **Lei Complementar Municipal nº 192/2009** de 05 de outubro de 2009 deverão apresentar, **CERTIDÃO ATUALIZADA emitida pela Junta Comercial** para comprovação da condição de microempresa ou Empresa de Pequeno Porte na forma do art. 8º da Instrução Normativa nº 103/2007 do Departamento Nacional de Registro do Comércio – DNRC;

7.1.2.6. A não apresentação da CERTIDÃO citada no item anterior, pela licitante que queira beneficiar-se do sistema diferenciado elencado na **Lei Complementar Municipal nº 192** de 05 de outubro de 2009, no momento do credenciamento, acarretará a preclusão automática desse direito nas demais fases do processo licitatório, não podendo ser invocado posteriormente;

7.1.2.7. A falsidade de declaração prestada objetivando os benefícios da **Lei Complementar Municipal nº 192** de 05 de outubro de 2009, caracterizará crime de que trata o art. 299 do código Penal, sem prejuízo do enquadramento em outras figuras penais e das sanções previstas deste edital;

7.1.3. As **Microempresas** e **Empresas de Pequeno Porte** beneficiadas pelo regime diferenciado da **Lei Complementar Municipal nº 192** de 05 de outubro de 2009, conforme segue:

7.1.3.1. No caso de participação de Microempresa e Empresa de Pequeno Porte, será observado o disposto na Lei Complementar Municipal nº 192 05 de outubro de 2009, notadamente os seus artigos 31 a 36.

7.1.3.2. O enquadramento como microempresa ou Empresa de Pequeno Porte dar-se-á nas condições do Estatuto Nacional da Microempresa e Empresa de Pequeno Porte, instituído pela Lei Complementar nº 123 de 14 de dezembro de 2006, em especial em seu art. 3º, observando-se a inocorrência de quaisquer impedimentos do § 4º do mesmo artigo;

7.1.3.3. A pessoa física ou o empresário individual enquadrado nos limites definidos pelo art. 3º da Lei Complementar nº 123/2006 receberá o mesmo tratamento concedido pela Lei Complementar 123 de 14 de dezembro de 2006, às Microempresas e Empresa e Pequeno Porte;

7.1.3.4. A fruição dos benefícios licitatórios determinados pela Lei Complementar nº 123/2006 independente da habilitação da Microempresa, empresa de Pequeno Porte ou Equiparado para a obtenção do regime tributário simplificado;

7.1.3.5. Os licitantes que se enquadram nas situações previstas no art. 3º da Lei Complementar nº 123, de 14 de dezembro de 2006, e nem possuírem quaisquer dos impedimentos do § 4º do artigo citado, deverão apresentar declaração, sob as penas da lei, de que cumprem os requisitos legais para a qualificação como microempresa, empresa de pequeno porte ou equiparado, estando aptos a usufruir do tratamento favorecido estabelecido nos artigos 42 a 49 da referida Lei Complementar (Art. 11 do decreto nº 6.204, de 05 de setembro de 2007);

7.1.3.6. A sociedade que deixar de atender a exigência do item acima não poderá fazê-lo posteriormente. Nesse caso, a não apresentação da declaração importará na renúncia pelo interessado do tratamento consagrado na Lei complementar nº 123/2006.

8. DAS EMPRESAS REUNIDAS EM CONSÓRCIOS

8.1. É vedada a participação de consórcios. Essa decisão é um resultado de um processo de avaliação do mercado, em razão do objeto a ser licitado e ponderação dos riscos inerente à atuação de uma pluralidade de sujeitos associados para execução do objeto, visando ao atendimento ao interesse público. A ausência de consórcio não trará prejuízos à competividade do certame, para o caso concreto em análise, que visa exatamente afastar a restrição à competição, uma vez que no mercado existem diversas empresas com capacidade para fornecer o objeto da presente Concorrência.

9. DO CREDENCIAMENTO

9.1. Antes do início da sessão, cada empresa licitante poderá credenciar apenas um representante e o mesmo poderá representar apenas uma empresa, o qual deverá identificar-se junto à Presidente da Comissão Especial de Licitação, exibindo a respectiva cédula de identidade ou documento equivalente

com foto, comprovando, por meio de instrumento próprio, para a prática dos atos inerentes ao certame.

MODELO DE CARTA DE CREDENCIAMENTO (ANEXO VI).

9.2. Para participar do certame, o representante da licitante deverá apresentar à Comissão Especial de Licitação, documento que o credencia, acompanhado de seu documento de identidade de fé pública, no ato programado para a entrega dos invólucros com as Propostas Técnica e de Preços.

9.3. Os documentos deverão ser apresentados fora dos invólucros que contêm as Propostas Técnica e de Preços e comporão os autos do processo licitatório.

9.4. Cada empresa licitante poderá credenciar apenas 01 (um) preposto para representá-la na reunião de licitação.

9.5. Nenhum preposto poderá representar mais de uma licitante.

9.6. Quando a representação for exercida na forma de seus atos de constituição, por sócio ou dirigente, o documento de credenciamento consistirá, respectivamente, em cópia do ato que estabelece a prova de representação da empresa, em que conste o nome do sócio e os poderes para representá-la, ou cópia da ata da assembleia de eleição do dirigente, em ambos os casos autenticada em cartório ou apresentada junto com o documento original para permitir que a Comissão Especial de Licitação ateste sua autenticidade, em envelope a ser providenciado pela licitante.

9.7. A licitante que não estiver devidamente representada nos termos descritos acima não terá sua participação prejudicada no certame, entretanto não poderá se manifestar formalmente.

9.8. Havendo substituição do representante credenciado no decorrer da licitação, e caso haja interesse em designar outro credenciado, a licitante deverá apresentar novos documentos de representação, nos moldes das cláusulas 9.5 e 9.6.

9.9. Caso a licitante não deseje fazer-se representar na reunião de licitação, poderá encaminhar por meio de portador – na data, hora e local indicados no preâmbulo deste Edital – os invólucros com a documentação exigida para a sua participação no certame.

9.10. Não serão recebidos invólucros enviados por via postal.

9.11. As Propostas Técnicas e de Preços e os Documentos de Habilitação das licitantes deverão ser entregues à Comissão Especial de Licitação em 05 (cinco) invólucros distintos e separados. Os invólucros, invólucros 1,2,3 e 4, com as Propostas Técnica e proposta de Preços, serão recebidos pela Presidente da Comissão Especial de Licitação, na data e horário a serem definidos e divulgados através de publicação do Aviso de Abertura de Licitação na Gazeta Municipal de Cuiabá - https://gazetamunicipal.cuiaba.mt.gov.br/.

9.12. O recebimento e a abertura dos invólucros, bem como os demais procedimentos licitatórios, obedecerão ao disposto no Termo de Referência, Edital e na legislação vigente.

9.13. Os invólucros com os Documentos de Habilitação, invólucro 5, serão apresentados somente pelas agências classificadas, mediante convocação através de publicação com local e horário a serem designados pela Comissão Especial de Licitação.

10. DATA, LOCAL PARA CREDENCIAMENTO, ABERTURA DE SESSÃO E RECEBIMENTO DA PROPOSTA

10.1. Data do certame e horário de início da sessão: **03/02/2026 às 09:00h (horário Local);**

10.2. Auditório do Cuiabá Prev - Endereço: Rua São Benedito, 645 - Lixeira, Município de Cuiabá/MT.

10.3. O Prazo para recebimento da PROPOSTA TÉCNICA e PROPOSTA DE PREÇOS será até **03/02/2026 às 09:00h (horário Local).**

10.4. Encerrado o prazo para recebimento dos envelopes da Proposta Técnica e Proposta de Preços, será feito o credenciamento das empresas participantes e ao seu término será dado início à abertura dos envelopes de documentação e demais procedimentos.

11. DA ENTREGA DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

11.1. Os Documentos de Habilitação 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, a qual será publicada posteriormente na Gazeta Municipal de Cuiabá.

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

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

Invólucro nº 5
Documentos de Habilitação
Nome empresarial e CNPJ da licitante
Concorrência **nº 009/2025** – Secretaria Municipal de Comunicação
Prefeitura Municipal de Cuiabá

11.4. O Invólucro nº 5 deverá ser providenciado pela licitante e poderá ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até sua abertura.

12. DA APRESENTAÇÃO DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

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

I - em via original; ou

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

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

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

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

12.3. Só serão aceitas cópias legíveis, que ofereçam condições de análise por parte da Comissão Especial de Licitação.

12.4. Como condição prévia ao exame da documentação de habilitação da Licitante detentora da proposta classificada em primeiro lugar, o (a) Presidente da Comissão verificará o eventual descumprimento das condições de participação, especialmente quanto à existência de sanção que impeça a participação no certame ou a futura contratação, mediante a consulta aos seguintes cadastros:

12.4.1. Cadastro Nacional de Empresas Inidôneas e Suspensas – CEIS, mantido pela Controladoria-Geral da União (www.portaldatransparencia.gov.br/ceis) e pela Controladoria Geral do Estado de Mato Grosso (http://www.controladoria.mt.gov.br/ceis).

12.4.2. Cadastro Nacional de Condenações Cíveis por Atos de Improbidade Administrativa, mantido pelo Conselho Nacional de Justiça (www.cnj.jus.br/improbidade_adm/consultar_requerido.php).

12.4.3. Lista de Inidôneos, mantida pelo Tribunal de Contas da União – TCU;

12.4.4. Lista de Inidôneos, mantida pelo Tribunal de Contas do Estado de Mato Grosso – TCE/MT;

12.4.5. A consulta aos cadastros será realizada em nome da empresa Licitante e também de seu sócio majoritário, por força do artigo 12, da Lei Federal nº 8.429/92, que prevê, dentre as sanções impostas ao responsável pela prática de ato de improbidade administrativa, a proibição de contratar com o Poder Público, inclusive por intermédio de pessoa jurídica da qual seja sócio majoritário.

12.4.6. Constatada a existência de sanção, a Comissão Especial de Licitação - CEL reputará inabilitada a Licitante, por falta de condição de participação.

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

12.5.1 HABILITAÇÃO JURÍDICA

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

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

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

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

d) registro comercial, em caso de empresa individual.

12.5.2 HABILITAÇÃO FISCAL E TRABALHISTA

a) Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica - CNPJ;

b) prova de inscrição no Cadastro de Contribuintes Estadual ou Municipal, se exigível, relativa ao domicílio ou sede da licitante, pertinente ao seu ramo de atividade e compatível com o objeto desta concorrência;

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

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

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

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

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

12.5.2.2. Serão aceitas certidões positivas com efeito de negativa.

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

12.5.3QUALIFICAÇÃO TÉCNICA

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

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

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

b2) o documento obtido no site do CENP ou da entidade equivalente terá sua validade verificada pela Comissão Especial de Licitação.

12.5.4QUALIFICAÇÃO ECONÔMICO-FINANCEIRA

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

a1) caso não conste prazo de validade, será aceita a certidão emitida em até 60 (sessenta) dias corridos, antes da data de apresentação dos Documentos de Habilitação;

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

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

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

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

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

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

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

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

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

a) termo de autenticação com a identificação do autenticador;

b) balanço patrimonial e demonstrações contábeis;

c) termo de abertura e encerramento;

d) requerimento de autenticação de Livro Digital;

e) recibo de entrega de Escrituração Contábil Digital.

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

c1) balanço de abertura, no caso de sociedades sem movimentação; c2) balanço intermediário, no caso de sociedades com movimentação.

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

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

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

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

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

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

S = Ativo Total
Passivo Exigível Total

12.5.2.2 Os índices serão calculados pela licitante e confirmados pelo responsável por sua contabilidade, contador ou outro profissional equivalente, mediante sua assinatura e indicação de seu nome e registro no respectivo conselho de classe profissional.

12.5.2.3 A licitante que apresentar resultado igual ou menor que 01 (um), no cálculo de quaisquer dos índices referidos, ou menor que 01 (um), no cálculo do índice referido na alínea 'b', para ser considerada habilitada no quesito Qualificação Econômico-financeira, deverá incluir, no Invólucro nº 5, comprovante de que possui, no mínimo, patrimônio líquido equivalente a R$ 1.500.000,00 (Um milhão e quinhentos mil reais).

12.5.4.3 Licitante também deverá incluir no invólucro n.° 5, as Declarações afirmando:

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

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

c) Elaboração independente de Proposta;

12.6 Todos os documentos deverão estar em nome da licitante. Se a licitante for matriz, os documentos deverão estar com o número do CNPJ da matriz. Se for filial, os documentos deverão estar com o número do CNPJ da filial, salvo aqueles que, por sua natureza, comprovadamente, são emitidos em nome da matriz.

13. DA ANÁLISE DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

13.1 A Comissão Especial de Licitação analisará os Documentos de Habilitação das licitantes classificadas no julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços, desde que cumpridas as condições de participação, e julgará habilitadas as que atenderem integralmente aos requisitos de habilitação exigidos no Edital.

13.2 Se nenhuma licitante restar habilitada, a Comissão Especial de Licitação reabrirá a fase de Habilitação, com nova convocação de todas as licitantes classificadas, para reapresentarem os respectivos documentos, no prazo de 10 (dez) dias úteis, em atenção aos princípios da eficiência e da economicidade, mantidas, neste caso, todas as condições preestabelecidas.

14. ESCLARECIMENTOS E IMPUGNAÇÕES SOBRE O EDITAL

14.1. Qualquer cidadão é parte legítima para impugnar este Edital, bem como suas retificações, por irregularidade na aplicação da legislação, devendo protocolar pedido formal e expresso, contendo todos os dados de identificação e qualificação necessários, junto à Secretaria Adjunta Especial de Licitações e Contratos, 3º andar, Palácio Alencastro, nº 158 – Centro – CEP: 78.005-906, nos seguintes horários: das 08h00 às 12h00 e das 14h00 às 18h00 (horário local), dirigido à Presidente da Comissão Especial de Licitação da Prefeitura Municipal de Cuiabá, até o **terceiro dia útil** anterior à data fixada para a apresentação das Propostas Técnica e de Preço, nos termos do art. 164, §2º, da Lei nº 14.133/2021.

14.2. Alternativamente, o pedido de impugnação poderá ser encaminhado por meio eletrônico, pelo endereço **licitacoes@cuiaba.mt.gov.br**, devendo o documento ser assinado, digitalizado e conter a qualificação necessária do interessado, inclusive telefone e endereço eletrônico para recebimento da resposta da Comissão.

14.3. Decairá do direito de impugnar os termos deste Edital, perante a Administração, o licitante que não o fizer no prazo estabelecido, hipótese em que eventual comunicação posterior não terá efeito de recurso, nos termos do art. 164, §2º, da Lei nº 14.133/2021.

14.4. A resposta da Comissão de Licitação ao pedido de impugnação será disponibilizada até o dia útil anterior à abertura da sessão pública do certame.

14.5. A apresentação de impugnação tempestiva não impedirá a participação do licitante no processo licitatório, até decisão final da Administração sobre o pedido.

14.6. Caso seja acolhida a impugnação, os vícios do Edital serão sanados e será designada nova data para a realização do certame, cabendo às empresas interessadas acompanhar as alterações por meio do endereço eletrônico: http://licitacao.cuiaba.mt.gov.br/licitacao/.

14.7. Na hipótese de rejeição da impugnação, permanecerão válidas as condições originalmente previstas neste Edital.

15. DA COMISSÃO ESPECIAL DE LICITAÇÃO E SUBCOMISSÃO TÉCNICA

15.1 Esta Concorrência será processada e julgada pela Comissão Especial de Licitação, na forma do art. 10, da Lei Federal nº 12.232/10, com exceção da análise e julgamento das Propostas Técnicas.

15.2 As Propostas Técnicas serão analisadas e julgadas por Subcomissão Técnica, escolhida por meio de sorteio em sessão pública, designada por portaria, constituída por 03 (três) membros que sejam formados em Comunicação, Publicidade ou Marketing ou que atuem em uma dessas áreas.

15.3 Na composição da Subcomissão Técnica, pelo menos 1/3 (um terço) dos integrantes não terá vinculo funcional ou contratual com a contratante.

15.4 A escolha dos membros da Subcomissão Técnica **ocorrerá por sorteio, em sessão pública, será realizada em data publicada e oficializada**, entre os nomes de uma relação que terá 09 (nove) integrantes,

sendo 06 (seis) integrantes com vínculo com a contratante onde 02 são titulares e 04 suplentes e 03 (três) sem vínculo com a contratante onde 01 é titular e 02 são suplentes previamente cadastrados pela Prefeitura Municipal de Cuiabá, correspondendo o triplo da quantidade exigida pelo disposto no art. 10, da Lei Federal nº 12.232/2010.

15.5 Os nomes remanescentes da relação, após o sorteio dos 03 (três) membros da Subcomissão Técnica, serão sorteados para definição da ordem de suplência, podendo ser convocados em caso de impedimento ou impossibilidade de participação de algum dos titulares.

15.6 A relação de nomes será publicada na Gazeta Municipal de Cuiabá, e, portanto, em prazo não inferior a 10 (dez) dias da data em que será realizada a sessão pública marcada para o sorteio.

15.7 A relação dos nomes integrantes da relação, poderá ser impugnada por qualquer interessado, no prazo de 48 (quarenta e oito) horas antes da sessão pública destinada ao sorteio, mediante fundamentos jurídicos plausíveis, nos termos do §8º do artigo 10º da Lei 12.232/2010.

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

15.9 A ausência de manifestação do membro teoricamente suspeito não impede que qualquer outro participante da Subcomissão, tendo conhecimento dos fatos, possa alegá-los, a qualquer tempo.

15.10 A abstenção do impugnado ou o acolhimento da impugnação, mediante decisão fundamentada da autoridade competente, implicará, se necessário, na elaboração e na publicação de nova lista, sem o nome impugnado.

15.11 Será necessária a publicação de nova relação se o número de membros mantidos depois da impugnação restar inferior ao mínimo exigido no subitem.

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

15.13 A sessão pública para o sorteio será realizada em data previamente designada, garantidos o cumprimento do prazo mínimo e a possibilidade de fiscalização do sorteio por qualquer interessado.

15.14 Não tendo havido qualquer impugnação, os profissionais que compuseram a relação publicada na imprensa oficial foram sorteados e passaram a compor a Subcomissão Técnica, que realizará a avaliação e a pontuação das Propostas Técnicas a serem apresentadas neste certame.

15.15 Além das demais atribuições previstas no Termo de Referência, caberá à Subcomissão Técnica, quando solicitado pela Comissão, manifestar-se sobre eventuais recursos de licitantes relativos ao julgamento das Propostas Técnicas.

15.16 Para composição da Subcomissão Técnica, a Comissão Especial de Licitação solicitará a comprovação dos requisitos de qualificação dos possíveis membros da Subcomissão Técnica.

15.17 O sorteio será processado pela Comissão Especial de Licitação, de modo que garantirá o preenchimento das vagas da Subcomissão Técnica, de acordo com a proporcionalidade do número de membros com vínculo ou não com a contratante.

15.18 A Comissão Especial de Licitação e a Subcomissão Técnica cuidarão para que a interpretação e aplicação das regras busquem atingir as finalidades da licitação e, conforme o caso, poderão relevar aspectos puramente formais nos Documentos de Habilitação e nas Propostas das licitantes, desde que não comprometam a lisura e o caráter competitivo desta concorrência e contribuam para assegurar a contratação da proposta mais vantajosa, nos termos do art. 5º, *caput*, da Lei Federal nº 14.133/2021.

16. DO PROCESSAMENTO E JULGAMENTO DA LICITAÇÃO

16.1. A reunião de licitação será realizada em 04 (quatro) sessões públicas, observados os procedimentos previstos neste Edital e na legislação.

16.2. Todos os fatos relevantes, pertinentes ao objeto da Licitação, ocorridos durante a reunião de licitação, serão registrados em ata circunstanciada.

16.3 A participação de representante de qualquer licitante ocorrerá mediante a prévia entrega de documento hábil, conforme estabelecido neste edital.

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

16.5 Aspectos puramente formais nas Propostas e nos Documentos de Habilitação apresentados pelas licitantes poderão ser relevados pela Comissão, se constantes dos documentos submetidos à análise e julgamento da Subcomissão Técnica, por esta subcomissão, desde que não firam o entendimento da proposta e o ato não acarrete violação aos princípios básicos da licitação.

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

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

16.8 Se os invólucros lacrados das licitantes desclassificadas não puderem ser devolvidos nas sessões públicas, ficarão à disposição das interessadas por 30 (trinta) dias úteis, contados da homologação desta Concorrência, prazo após o qual serão destruídos.

16.9 PRIMEIRA SESSÃO

16.9.1A abertura da sessão pública de licitação será realizada no dia, hora e local previstos no preâmbulo deste Edital e terá a seguinte pauta inicial: I – identificação dos representantes das licitantes, por meio do(s) documento(s) exigido(s) neste edital; II – apresentação à Comissão dos invólucros nºs 1, 2, 3 e 4. III – exame da conformidade dos invólucros com as disposições deste Edital; IV – rubrica no fecho dos invólucros nºs 2 e 4 e subsequente acondicionamento destes invólucros em receptáculo específico com rubrica no seu

respectivo fecho pela Comissão e representantes das licitantes; V – abertura dos invólucros nos 1 e 3, exame e rubrica de seus respectivos conteúdos pela Comissão e representantes das licitantes presentes.

16.9.2 Após o encerramento do prazo para recebimento dos invólucros, o qual será declarado pela Comissão na sessão pública, não será permitido o recebimento de nenhum outro invólucro, documento ou embalagem.

16.9.3 O invólucro n. 1, com a via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária, só será recebido pela Comissão se: I – não apresentar marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que, por si só, possibilite sua identificação ou a identificação da licitantes antes da abertura do invólucro n. 2: II – não estiver danificado ou deformado pelas peças, material e ou demais documentos nele acondicionados de modo a possibilitar a identificação da licitante.

16.9.4 O não recebimento do invólucro nº 1 implica o não recebimento dos demais invólucros da licitante e seu consequente impedimento de participar da Concorrência.

16.9.5 A Comissão, antes da abertura dos invólucros nº. 1, adotará medidas para evitar que seus membros e/ou os representantes das licitantes possam, ainda que acidentalmente, identificar a autoria de algum Plano de Comunicação Publicitária.

16.9.6 A Comissão 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.

16.9.7 Se, ao examinar e ou rubricar os conteúdos dos invólucros nºs 1 e 3, for constatada ocorrência que possibilite, inequivocamente, a identificação da autoria do Plano de Comunicação Publicitária, a Comissão desclassificará a licitante e ficará de posse de todos os seus invólucros até que expire o prazo para recursos relativos a essa fase.

16.9.8 Os invólucros nos 2 e 4 permanecerão fechados sob a guarda e responsabilidade da Comissão.

16.9.9 Abertos os invólucros nos. 1 e 3, as licitantes não poderão desistir de suas Propostas, salvo por motivo justo decorrente de fato superveniente e aceito pela Comissão.

16.9.10 A análise e os trâmites administrativos pertinentes ao conteúdo dos invólucros nos. 1 e 3 observarão os seguintes procedimentos: I – encaminhamento, pela Comissão à Subcomissão Técnica, dos invólucros n 1, com as vias não identificadas do Plano de Comunicação Publicitária; II – análise individualizada e julgamento, pela subcomissão Técnica, das vias não identificadas do Plano de Comunicação Publicitária. III – elaboração e encaminhamento, pela Subcomissão Técnica à Comissão, da ata de julgamento dos Planos de Comunicação Publicitária, de planilhas com as pontuações e de justificativa das razões que as fundamentaram em cada caso; IV – encaminhamento, pela Comissão à Subcomissão Técnica, dos invólucros n. 3, com a Capacidade de Atendimento, o Repertório e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação; V – análise individualizada e julgamento, pela Subcomissão Técnica, da Capacidade de atendimento, do Repertório e dos relatos de Soluções de Problemas de Comunicação; VI – elaboração e encaminhamento, pela Subcomissão Técnica à Comissão, da ata de julgamento das Propostas referentes à Capacidade de Atendimento, ao Repertório e aos Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, de planilha com as pontuações e de justificativa das razões que as fundamentaram em cada

caso.

16.10 SEGUNDA SESSÃO

16.10.1 Após receber as atas de julgamento das Propostas Técnicas (invólucros ns. 1 e 3), respectivas planilhas de julgamento e demais documentos elaborados pela Subcomissão Técnica, a Comissão convocará as licitantes para participar da segunda sessão pública que terá a seguinte pauta básica: I – identificação dos representantes das licitantes presentes e coleta de suas assinaturas na lista de presença; II – abertura do receptáculo contendo os invólucros ns. 2 e 4; III – abertura e rubrica do conteúdo dos invólucros n. 2 e rubrica no fecho do invólucro n. 4; IV – cotejo das vias não identificadas (invólucro n. 1) com as vias identificadas (invólucro n. 2) do Plano de Comunicação Publicitária, para identificação de sua autoria; V – elaboração da planilha geral com o somatório das pontuações atribuídas ao plano de comunicação publicitária e separadamente, aos demais quesitos de cada Proposta Técnica; VI – proclamação do resultado do julgamento geral da Proposta Técnica; VII – adoção dos procedimentos previstos no subitem 12.2, em caso de empate, após a decisão final, inclusive das Propostas de Preço. VIII – informação de que o resultado do julgamento das Propostas Técnicas será divulgado na forma da lei, com a indicação dos licitantes classificados e dos desclassificados, em ordem decrescente de pontuação.

16.11 TERCEIRA SESSÃO

16.11.1 A Comissão convocará as licitantes para participar da terceira sessão pública que terá a seguinte pauta básica: I – identificação dos representantes das licitantes presentes e coleta de suas assinaturas na lista de presença; II – abertura dos invólucros nº 4, exame e rubrica do seu conteúdo pela Comissão e representantes das licitantes presentes; III – julgamento das Propostas de Preço com a identificação das Propostas de menores preços e divulgação do resultado aos representantes das licitantes presentes; IV – declaração da vencedora no julgamento final das Propostas, quais sejam, as licitante mais bem classificadas na média ponderada, de acordo com os respectivos pesos, na Proposta Técnica e na Proposta de Preços; V – informação de que o resultado do julgamento final das Propostas será divulgado na forma da lei, com a indicação da ordem de classificação.

16.12 QUARTA SESSÃO

16.12.1 A Comissão convocará as licitantes classificadas no julgamento final das Propostas, para participar da quarta sessão pública que terá a seguinte pauta básica: I – identificação dos representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença; II – recebimento e abertura dos invólucros n. 5, exame e rubrica do seu conteúdo pela Comissão e pelos representantes das licitantes presentes; III – informação de que o resultado da habilitação será divulgado na forma da lei, com a indicação dos proponentes habilitados e inabilitados;

16.12.2 Na hipótese de todas as propostas de preço serem desclassificadas, ou de todas as licitantes serem inabilitadas, a Comissão poderá fixar às licitantes o prazo de 8 (oito) dias úteis para apresentação de nova documentação ou de outras propostas escoimadas das causas que tenham determinado, respectivamente, a desclassificação ou a inabilitação.

16.12.3 A nova documentação deve ser apresentada na forma prevista neste Edital, e entregue em

sessão pública. 17.11.4. Decididos os recursos e constatada a regularidade dos atos praticados, a autoridade competente homologará e adjudicará seu objeto à licitante vencedora.

17. DA ENTREGA DA PROPOSTA TÉCNICA

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

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

17.1.1.1 Só será aceito o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada que estiver acondicionado no invólucro padronizado, fornecido pela Comissão Especial de Licitação, a ser retirado, exclusivamente, pela agência que o solicitar formalmente na Diretoria Administrativa e Financeira da SECOM, localizada no Palácio Alencastro, sede da Prefeitura Municipal de Cuiabá, situado na Praça Alencastro, nº 158 - Bairro Centro, na cidade de Cuiabá - MT, em horário comercial.

17.1.1.2 As agências poderão solicitar o invólucro n.º 01, no máximo em **até 05 (cinco) dias uteis antes** da data marcada para abertura do procedimento licitatório em tela, o que deverá ser realizado **formalmente na Secretaria Especial de Licitações e Contratos**, no mesmo endereço e horário informados no item anterior.

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

17.1.1.4 O Invólucro nº 1 não poderá:

17.1.1.1.4.1 ter nenhuma identificação;

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

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

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

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

Invólucro nº 2
Proposta Técnica: Plano de Comunicação Publicitária - Via Identificada
Nome empresarial e CNPJ da licitante
Concorrência nº 009/2025 – Secretaria Municipal de Comunicação – SECOM
Prefeitura Municipal de Cuiabá

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

17.1.3 **No Invólucro nº 3** deverão estar acondicionados a Capacidade de Atendimento, o Repertório e os

Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação.

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

Invólucro nº 3
Proposta Técnica: Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação
Nome empresarial e CNPJ da licitante
Concorrência nº 009/2025 – Secretaria Municipal de Comunicação – SECOM
Prefeitura Municipal de Cuiabá

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

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

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

QUESITOS	**SUBQUESITOS**
1. Plano de Comunicação Publicitária	I. Raciocínio Básico
	II. Estratégia de Comunicação Publicitária
	III. Ideia Criativa
	IV. Estratégia de Mídia e Não Mídia
2. Capacidade de Atendimento	
3. Repertório	
4. Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	

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

17.2.2 Quesito 1 - Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada: para sua apresentação, 16.2.2.1 a licitante deverá levar em conta as seguintes orientações:

17.2.2.1.2 Em caderno único, orientação retrato e com espiral preto colocado à esquerda;

17.2.2.1.3 Capa e contracapa em papel A4, branco, com 90 gr/m², ambas em branco;

17.2.2.1.4 Conteúdos impresso em papel A4, branco, com 75 gr/m², orientação retrato;

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

17.2.2.1.6 Títulos, entretítulos, parágrafos e linhas subsequentes sem recuos;

17.2.2.5 Espaçamentos simples entre as linhas e, opcionalmente, duplo após títulos e entretítulos e entre parágrafos;

17.2.2.6 Alinhamentos justificado do texto;

17.2.2.7 Texto e numeração de páginas em fonte Arial, cor preta, tamanho de 12 pontos;

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

17.2.2.9 Sem identificação da licitante.

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

17.2.3.1 poderão ser editados em cores;

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

17.2.3.3 as páginas em que estiverem inseridos poderão ser:

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

17.2.3.3.2 impressas na orientação paisagem.

17.2.4 Os gráficos, quadros, tabelas ou planilhas integrantes do subquesito Estratégia de Mídia e Não Mídia poderão:

17.2.4.1 ser editados em cores;

17.2.4.2 ter fontes e tamanhos de fonte habitualmente utilizados nesses documentos;

17.2.4.3 ter qualquer tipo de formatação de margem;

17.2.4.4 ser apresentados em papel A3 dobrado.

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

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

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

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

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

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

17.2.10 Poderão ser utilizadas páginas isoladas com a finalidade de indicar o Plano de Comunicação Publicitária e seus subquesitos. Essas páginas não serão computadas no limite de página previsto.

17.2.11 A licitante deverá apresentar o Plano de Comunicação Publicitária com base no Briefing (Anexo XI), observadas as seguintes orientações:

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

17.2.11.1.1 análise das características e especificidades da contratante e do seu papel no contexto no qual se insere;

17.2.11.1.2 diagnóstico relativo às necessidades de comunicação publicitária identificadas; 16.2.11.1.3 compreensão do desafio e dos objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing.

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

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

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

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

17.2.11.3.1 relação de todas as peças publicitárias que a licitante julga necessárias para superar o desafio e alcançar os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing, com a descrição de cada uma; 16.2.11.3.2 exemplos das peças, constantes da relação prevista na alínea anterior, que a licitante julga mais adequadas para corporificar e ilustrar objetivamente sua proposta de campanha publicitária.

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

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

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

17.2.11.3.4.1 roteiro, *layout* ou *storyboard* impressos, para qualquer meio; 16.2.11.3.5.2 'monstro' ou *layout* eletrônico, para o meio rádio;

16.2.11.3.5.3 *storyboard* animado ou *animatic*, para os meios TV, cinema e internet; 16.2.11.3.5.4 'boneco' ou *layout* montado dos materiais de não mídia.

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

17.2.11.3.6 Na elaboração de 'monstro' ou *layout* eletrônico para o meio rádio poderão ser inseridos todos os

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

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

17.2.11.3.8 O 'monstro' ou *layout* eletrônico e o *storyboard* animado ou *animatic* deverão ser apresentados em CD, DVD ou *pen drive*, executáveis em sistema operacional *Windows*.

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

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

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

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

17.2.11.3.12.2 nos casos de "monstro" ou layout eletrônico e de storyboard animado ou animatic, que deverão ser apresentados em CD, DVD ou pen drive, a indicação do tipo de peça deve ocorrer nos nomes dos arquivos salvos, uma vez que essas mídias devem ser apresentadas na condição original, somente com a marca do fabricante, conforme descrito anteriormente.

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

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

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

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

16.2.11.3.12.3.4 um *hotsite* e todas as suas páginas serão considerados 01 (uma) peça; 16.2.11.3.12.3.5 um filme e o *hotsite* que o hospeda serão considerados 02 (duas) peças; 16.2.11.3.12.3.6 um *banner* e o *hotsite* por ele direcionado serão considerados 02 (duas) peças.

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

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

17.2.11.4.1 estratégia de mídia: proposição e defesa dos meios e dos recursos próprios de comunicação da contratante a serem utilizados para o alcance dos objetivos da campanha, sob a forma de textos, tabelas,

gráficos ou planilhas;

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

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

17.2.11.4.4 simulações dos parâmetros de cobertura e frequência previstos no plano de mídia (para os meios em que seja possível a mensuração dessas variáveis), sob a forma de textos, tabelas, gráficos ou planilhas.

17.2.11.4.5 Todas as peças publicitárias que integrarem a relação deverão estar contempladas na Estratégia de Mídia e Não Mídia proposta.

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

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

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

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

17.2.11.4.6.4 osvalores (absolutos e percentuais) alocados na produção e na execução técnica de cada peça publicitária destinada a veículos de divulgação;

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

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

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

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

17.2.11.4.8 Nessa simulação:

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

17.2.11.4.8.2 para os veículos de comunicação e divulgação que não atuem com tabelas de preços, mas que possam ser considerados como formas inovadoras de comunicação, a licitante deverá informar o montante de investimento proposto a ser utilizado com essas ferramentas no âmbito de sua estratégia para o alcance dos objetivos previamente estabelecidos;

17.2.11.4.8.2.1 para os fins desta licitação, a publicidade em plataformas digitais, tais como mídia programática, trading desks e redes sociais (ex. Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn e Youtube), está inserida no conceito de forma inovadora de comunicação;

17.2.77.4.8.2.2 outros veículos de comunicação e divulgação que não atuem com tabela de preços e que não sejam considerados como formas inovadoras de comunicação não devem ser incluídos na estratégia de mídia dessa simulação;

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

17.2.11.4.8.3 deverão ser desconsiderados os honorários sobre os bens e serviços especializados prestados por fornecedores.

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

17.2.11.4.8.4.1 ter a identificação da licitante; II - ser datado;

17.2.11.4.8.4.2 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.

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

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

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

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

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

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

17.2.11.7.4 sistemáticas operacional de atendimento na execução do contrato;

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

17.2.11.8 Quesito 3 - Repertório: a licitante deverá apresentar os documentos, as informações e as peças que constituem o quesito em caderno específico, orientação retrato, com ou sem uso de cores, em formato A4, ou A3 dobrado, numerado sequencialmente a partir da primeira página interna, rubricado em todas as

páginas e assinado na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

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

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

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

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

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

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

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

17.2.11.16 Para cada peça publicitária deverá ser apresentada ficha técnica com a indicação sucinta do problema que se propôs a resolver e a identificação da licitante e de seu cliente, título, data de produção, período de veiculação, exposição ou distribuição e, no caso de veiculação, menção de pelo menos um veículo que divulgou a peça.

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

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

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

17.2.11.20 A licitante deverá apresentar 03 (três) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, cada um com o máximo de 04 (quatro) páginas, em que serão descritas soluções publicitárias propostas pela licitante e implementadas por seus clientes, na superação de desafios de comunicação. Cada Relato:

I- deverá ser elaborado pela licitante, em papel que a identifique;

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

sua elaboração;

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

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

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

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

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

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

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

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

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

18. DA ENTREGA DA PROPOSTA DE PREÇOS

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

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

Invólucro nº 4
Proposta de Preços
Nome empresarial e CNPJ da licitante
Concorrência **nº 009/2025** – Secretaria Municipal de Comunicação
Prefeitura Municipal de Cuiabá

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

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

18.5 O prazo de validade da Proposta de Preços deverá ser de 120 (cento e vinte) dias corridos, contados de sua apresentação.

18.6 Caso o prazo de validade da proposta preços previsto no item 13.4 venha a expirar até a data de realização da sessão de abertura dos invólucros com as Propostas de Preços, a Comissão Especial de Licitação poderá realizar diligências necessárias à resolução da mencionada falta, nos termos do § 2º, do art. 59, da Lei Federal nº 14.133/2021, como forma de prorrogar validade da proposta vencida.

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

19. DO JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS E DE PREÇOS

19.1 O processamento e o julgamento da licitação obedecerão ao procedimento do Artigo 11° da Lei Federal n° 12.232/2010. O critério de julgamento para a classificação das licitantes será de "Técnica e Preço", nos termos do Artigo 5°, da Lei Federal n° 12.232/2010 e dos Artigos 33, 34 e 35 da Lei Federal n° 14.133/2021, estabelecido o peso 70 para a Proposta Técnica e o peso 30 para a Proposta de Preços.

19.2 A Subcomissão Técnica, designada por meio de Portaria publicada na Gazeta Municipal de Cuiabá, analisará as Propostas Técnicas das licitantes quanto ao atendimento das condições estabelecidas no Termo de Referência e no Edital.

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

19.4 Quesito 1 - Plano de Comunicação Publicitária:

19.4.1 Subquesito 1 - Raciocínio Básico:

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

19.4.2 Subquesito 2 - Estratégia de Comunicação Publicitária:

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

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

19.4.3 Subquesito 3 - Ideia Criativa:

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

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

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

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

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

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

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

19.4.4 Subquesito 4 - Estratégia de Mídia e Não Mídia:

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

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

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

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

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

19.4.5 Quesito 2 - Capacidade de Atendimento

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

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

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

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

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

19.4.6 Quesito 3 - Repertório

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

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

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

19.4.7 Quesito 4 - Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

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

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

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

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

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

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

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

QUESITOS		PONTUAÇÃO MÁXIMA
1.	**Plano de Comunicação Publicitária**	**55**
SUB QUESITOS	I. Raciocínio Básico	5
	II. Estratégia de Comunicação Publicitária	20
	III. Ideia Criativa	20
	IV. Estratégia de Mídia e Não Mídia	10
2.	**Capacidade de Atendimento**	**25**
3.	**Repertório**	**10**
4.	**Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação**	**10**
PONTUAÇÃO TOTAL		**100**

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

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

19.10 A Subcomissão Técnica reavaliará a pontuação atribuída a um quesito ou subquesito sempre que a diferença entre a maior e a menor pontuação for superior a 20% (vinte por cento) da pontuação máxima do quesito ou do subquesito, com o fim de restabelecer o equilíbrio das pontuações atribuídas, em conformidade com os critérios objetivos previstos neste Edital e no Termo de Referência.

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

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

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

b) não alcançar, no total, 70 (setenta) pontos;

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

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

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

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

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

19.17 As Propostas de Preços das licitantes classificadas no julgamento das Propostas Técnicas serão analisadas quanto ao atendimento das condições estabelecidas no Edital.

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

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

19.20 O desconto sobre a tabela de custos internos, desenvolvida pelo Sindicato das Agências de

Publicidade do Estado de Mato Grosso (SINAPRO-MT), é item de pontuação, conforme consta a seguir:

PORCENTAGEM (Desconto sobre Custos Internos)	**PONTUAÇÃO**
Igual ou superior a 50%	50 Pontos
Superior a 34% e inferior a 50%	40 Pontos
Superior a 29% e igual ou inferior a 34%	30 Pontos
Igual ou superior a 25% e igual ou inferior a 29%	20 Pontos
Abaixo de 25%	10 Pontos

19.21 Os **honorários** sobre o preço faturado pelos fornecedores de **produção, pesquisa e sobre investimento aplicado em plataformas digitais** também é item de pontuação:

PORCENTAGEM	**PONTUAÇÃO**
Até 5% (inclusive)	50 Pontos
Superior a 5% e igual ou inferior a 7%	40 Pontos
Superior a 7% e igual ou inferior a 10%	30 Pontos
Superior a 10% e igual ou inferior a 13%	20 Pontos
Superior a 13% e igual ou inferior a 15%	10 Pontos
Superior a 15%	0 Pontos

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

NPP = D1 + D2

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

20. DO JULGAMENTO FINAL DAS PROPOSTAS TÉCNICAS E DE PREÇOS

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

$$NFG = \frac{(NPT \times 7) + (NPP \times 3)}{7+3}$$

NFG – Nota Final Geral
NPT – Nota da Proposta Técnica
7 – peso 70 estabelecido à nota da Proposta Técnica NPP – Nota da Proposta de Preços
3 – peso 30 estabelecido à nota da Proposta de Preços

20.2 Havendo empate, o desempate se dará por meio da atribuição da maior nota aos quesitos da Proposta Técnica, na seguinte ordem:

1. Estratégia de Comunicação Publicitária;
2. Ideia Criativa;
3. Raciocínio Básico;
4. Estratégia de Mídia e Não Mídia.

20.3 Após a utilização do critério de desempate, persistindo o empate, a decisão será feita mediante sorteio.

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

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

20.6 Serão vencedoras desta concorrência as 05 (cinco) licitantes que mantiverem as condições de participação estabelecidas anteriormente e que:

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

21. DA DIVULGAÇÃO DOS ATOS LICITATÓRIOS

21.1 A juízo do(a) Presidente da Comissão Especial de Licitações, todas as decisões referentes à presente Concorrência poderão ser divulgadas pelos meios abaixo indicados, ressalvadas aquelas cuja publicação no sítio eletrônico do **Portal Nacional de Contratações Públicas – PNCP**:

a) no **site oficial da Prefeitura Municipal de Cuiabá**;

b) na **Gazeta Municipal de Cuiabá**;

d) nas sessões públicas de recebimento e abertura de envelopes;

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

22. DOS RECURSOS ADMINISTRATIVOS

22.1 Caberá recurso, no prazo de **05 (cinco) dias úteis**, contado da data da intimação do ato ou da lavratura da ata, quando presentes todos os licitantes ao ato em que foi adotada a decisão, ou, na ausência de algum deles, a partir da publicação do resultado do julgamento, nos termos do art. 12 da Lei nº 12.232/2010.

22.2 Os recursos serão dirigidos ao Município de Cuiabá, junto à Secretaria Adjunta Especial de Licitações e Contratos, 3º andar, Palácio Alencastro, nº 158, Centro, CEP 78.005-906, nos seguintes horários: das 08h00 às 12h00 e das 14h00 às 18h00, direcionados ao(à) Presidente da Comissão de Licitação, que poderá reconsiderar sua decisão no prazo de 05 (cinco) dias úteis ou, nesse mesmo prazo, encaminhá-los, devidamente instruídos, à autoridade superior, que deverá decidir no mesmo prazo.

22.3 Alternativamente, o recurso poderá ser protocolado por meio eletrônico, no endereço licitacoes@cuiaba.mt.gov.br, devendo a petição estar assinada, digitalizada e acompanhada da qualificação do recorrente, inclusive com indicação de telefone e e-mail para comunicações.

22.4 Interposto o recurso, será dada ciência aos demais licitantes, que poderão apresentar contrarrazões no prazo de 05 (cinco) dias úteis, nos termos do art. 12, § 1º, da Lei nº 12.232/2010.

22.5 Os recursos interpostos contra atos de habilitação ou de julgamento das propostas terão efeito suspensivo, sendo vedada a prática de qualquer ato que comprometa a utilidade da decisão final.

22.6 Não será conhecido o recurso cuja petição tenha sido apresentada fora do prazo ou subscrita por representante que não possua poderes legais para responder pela empresa no processo.

22.7 Na contagem dos prazos será excluído o dia do início e incluído o dia do vencimento.

22.8 Nenhum prazo de recurso, representação ou pedido de reconsideração terá início sem que seja assegurado aos interessados o acesso aos autos do processo, em meio físico ou eletrônico.

22.9 O recurso contra decisão do(a) Presidente da Comissão não terá efeito suspensivo, ressalvado o disposto no item 21.5.

22.10 Decididos os recursos interpostos, a autoridade competente procederá à adjudicação do objeto da licitação à licitante vencedora, nos termos do art. 13 da Lei nº 12.232/2010.

22.11 O resultado do julgamento dos recursos será publicado e divulgado pelo(a) Presidente da Comissão na Gazeta Municipal de Cuiabá e no Portal da Transparência.

23. DA REMUNERAÇÃO

23.1 Pertencerá a Prefeitura Municipal de Cuiabá as vantagens obtidas em negociação de compra de mídia diretamente ou por intermédio de agência de propaganda, incluídos os eventuais descontos e as

bonificações na forma de tempo, espaço ou reaplicações que tenham sido concedidos pelo veículo de divulgação. A agência contratada não fará jus a nenhuma remuneração ou desconto de agência quando da utilização pelo contratante de créditos que a esse tenham sido concedidos por veículos de divulgação, em qualquer ação publicitária pertinente ao contrato.

23.2 A Agência de Publicidade será remunerada por honorários de:

23.2.1 De acordo com o percentual apresentado em proposta sobre sobre os custos: (i) à produção e à execução técnica de peça e ou material, assim como (ii) ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos, de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas ou a serem realizadas; (iii) à criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias, visando à expansão dos efeitos das mensagens e das estratégias publicitárias, como, por exemplo, a elaboração e execução de ações pela internet, assim como contratação de impulsionamento (método de veiculação nas principais plataformas da rede) e de mídia programática, entre outros.

23.2.1.1 Os honorários de remuneração dispostos no item 15.2.1, quando referentes ao investimento em plataformas digitais (impulsionamento, mídia programática, etc.), não estão vinculados a serviços externos prestados por fornecedores especializados, nem correspondem ao desconto-padrão não pago pelas plataformas digitais, mas visam remunerar devidamente a CONTRATADA pela sua intermediação, supervisão, monitoramento de performance e otimização da distribuição de peças publicitárias por meio de plataformas digitais.

23.2.1.2 Na gestão pela CONTRATANTE dos investimentos destinados para distribuição das peças publicitárias de uma campanha em plataformas digitais, a remuneração da CONTRATADA, prevista no subitem 15.2.1, deverá incidir sobre o valor aplicado na plataforma, de modo que o somatório do valor autorizado para essas empresas com o dos referidos honorários não supere o total de investimento proposto pela CONTRATADA para essa distribuição.

23.3 Os honorários serão calculados sobre o preço faturado pelos fornecedores.

23.3.1 Pelos serviços de criação e execução interna, a Agência de Publicidade, receberá o valor correspondente indicado na Tabela de Custos Internos editada pelo Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Mato Grosso - SINAPRO, com um desconto De acordo com o percentual apresentado em proposta sobre.

23.4 As Agências de Publicidade também farão jus ao desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, em conformidade com o art. 11 da Lei nº 4.680/65 e do Decreto nº 57.690/66. O desconto será concedido às agências contratadas pela concepção, execução e ou distribuição de publicidade, por ordem e conta da SECOM, nos termos do art. 19 da Lei nº 12.232/2010. As contratadas repassarão a Prefeitura Municipal de Cuiabá o valor correspondente a **5% (cinco) por cento** do valor da mídia efetivamente contratada sobre o valor acertado para cada veiculação, correspondente ao repasse parcial dos honorários

de veiculação, pagos pelos Veículos de Comunicação à agência de publicidade.

23.5 As despesas com deslocamento de profissionais das agências contratadas, de seus representantes ou de fornecedores por ela contratados, na cidade de Cuiabá, serão de responsabilidade das contratadas.

24. DOS DIREITOS AUTORAIS

24.1 A agência contratada cederá à Secretaria Municipal de Comunicação da Prefeitura Municipal de Cuiabá, os direitos autorais patrimoniais de uso das ideias (incluídos estudos, análises e planos), peças, campanhas e demais materiais de publicidade, de sua propriedade exclusiva, de seus empregados ou prepostos, concebidos, criados ou produzidos em decorrência do contrato firmado. Os direitos são cedidos de forma total e definitiva para uso no Brasil ou em qualquer país do mundo. Os direitos patrimoniais cedidos poderão ser usados pela Prefeitura Municipal de Cuiabá em todas as suas modalidades de utilização, diretamente ou por intermédio de terceiros. Quando necessário realizar contratações que envolvam direitos de autor e conexos, as agências contratadas solicitarão a quem de direito a concessão por prazo, finalidade, território e preço, inclusive quanto à eventual renovação do contrato, dos direitos autorais e conexos de suas respectivas titularidades.

24.2 As agências contratadas se comprometem a fazer constar, em destaque, em todos os orçamentos de produção, o custo com cachês, os de cessão de direito de uso de obra(s) consagrada(s), incorporada(s) à peça e os de cessão dos demais direitos de autor e conexos.

24.3 A Prefeitura Municipal de Cuiabá será a única proprietária das peças e demais materiais físicos e/ou digitais oriundos do cumprimento do contrato, sejam estes passíveis ou não de proteção do Direito de Propriedade Intelectual. É garantida à Prefeitura Municipal de Cuiabá, a apropriação dos direitos patrimoniais e conexos originalmente de titularidade das agências contratadas e dos funcionários desta, sobre os resultados da execução do contrato, ressalvados os direitos autorais e conexos de terceiros.

25. DA HOMOLOGAÇÃO E ADJUDICAÇÃO

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

25.2 Serão vencedoras desta concorrência as 05 (cinco) licitantes que:

a) tenham sido mais bem classificadas no julgamento das Propostas Técnicas; e

b) tenham sido habilitadas, observadas as disposições do item 17, deste Edital.

26. DAS DISPOSIÇÕES FINAIS

26.1 É vedada a participação da agência de publicidade cujos sócios, controladores, dirigentes, administradores, gerentes ou empregados integrem a Subcomissão Técnica ou tenham qualquer vínculo profissional com a Prefeitura Municipal de Cuiabá.

26.2 Admitida a impugnação, o impugnado terá o direito de abster-se de atuar na Subcomissão Técnica,

declarando- se impedido ou suspeito, antes da decisão da autoridade competente, nos termos do artigo 10, § 6º, da Lei Federal nº 12.232/2010;

26.3 De igual forma, o membro da Subcomissão deverá declarar-se suspeito ou impedido, imediatamente, sempre que constatar que participa do certame agência de publicidade e/ou projeto nos quais tenha trabalhado ou participado, em respeito aos princípios da impessoalidade e da transparência no julgamento das propostas, sob pena de responsabilidade, nos termos da Lei de Licitações e Contratos. A ausência de manifestação do membro teoricamente suspeito não impede que qualquer outro participante da subcomissão, tendo conhecimento dos fatos, possa alegá-los, a qualquer tempo.

26.4 É facultada à Comissão Especial de Licitação, em qualquer fase desta concorrência, a promoção de diligência destinada a esclarecer ou complementar a instrução do processo licitatório, vedada a inclusão posterior de documento ou informação que deveria constar originalmente das Propostas Técnica e de Preços ou dos Documentos de Habilitação.

26.5 A Comissão Especial de Licitação, por solicitação expressa da Subcomissão Técnica, poderá proceder à vistoria da infraestrutura que as agências apresentaram nas Propostas Técnicas (quesito Capacidade de Atendimento), que estarão à disposição do contratante para a execução do contrato.

26.6 A Comissão Especial de Licitação deverá adotar os cuidados necessários para preservar o sigilo quanto à autoria do Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada, até a abertura do Invólucro nº 2.

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

26.8 É vedada a utilização de qualquer elemento, critério ou fato sigiloso, secreto ou reservado que possa, ainda que indiretamente, elidir o princípio da igualdade entre as licitantes. Se houver indícios de conluio entre as licitantes ou de qualquer outro ato de má-fé, o contratante comunicará os fatos verificados aos órgãos e instituições competentes para que sejam tomadas as providências devidas.

26.9 É proibido a qualquer licitante tentar impedir o curso normal do processo licitatório mediante a utilização de recursos ou de meios meramente protelatórios, sujeitando-se a autora às sanções legais e administrativas aplicáveis, conforme dispõe o artigo 337-I, do Capítulo II-B, da Lei Federal nº 14.133/2021.

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

26.11 Mediante parecer escrito e devidamente fundamentado, a concorrência será anulada se ocorrer ilegalidade em seu processamento e poderá ser revogada, em qualquer de suas fases, por razões de interesse público decorrente de fato superveniente devidamente comprovado, pertinente e suficiente para justificar tal conduta.

26.12 A nulidade do procedimento licitatório induz à do contrato, sem prejuízo do disposto no parágrafo único do artigo 148, da Lei Federal nº 14.133/2021.

26.13 A Prefeitura Municipal de Cuiabá poderá cancelar de pleno direito a Nota de Empenho que vier a ser

emitida em decorrência desta licitação, bem como rescindir o contrato, independentemente de interpelação judicial ou extrajudicial, desde que motivado o ato e assegurados à contratada o contraditório e a ampla defesa, caso a adjudicação seja anulada, em virtude de qualquer dispositivo legal que a autorize.

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

26.15 Correrão por conta do contratante as despesas que incidirem sobre a formalização do contrato, incluídas as decorrentes de sua publicação, que deverá ser efetivada em extrato, na Gazeta Municipal de Cuiabá, na forma prevista no parágrafo único do artigo 91, da Lei Federal nº 14.133/2021.

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

Onde estamos: Praça Alencastro, nº 158, 5º Andar, Palácio Alencastro, Centro, CEP: 78005-906, Cuiabá/MT.

Quem são os responsáveis pelo certame:

I – **Presidente:** Valdir Pereira Silva;
II – **Membro:** Natasha de Almeida Andreo Pereira;
III – **Membro:** Mariana Almeida Borges.

Equipe de Apoio:
Jefferson Fernando Rodrigues Carvalho

Cuiabá - MT, 01 de Dezembro de 2025

Evandro Marcus Paiva Machado
Secretário Adjunto Especial de Licitações e Contratos
Secretaria Municipal de Economia

ANEXO I - TERMO DE REFERÊNCIA

1. DADOS GERAIS

1.1. Número do processo: 0.096040/2025

1.2. Secretaria demandante: SECRETARIA MUNICIPAL DE COMUNICAÇÃO - SECOM

1.3. Responsável: FERNANDA PEREIRA SIMEONE BORGES DE FIGUEIREDO

1.4. Modalidade: CONCORRÊNCIA PÚBLICA PRESENCIAL

1.5. Procedimento auxiliar: Tipo – "Técnica e Preço" - Prestação de Serviços especiais (Leis 14.133/2021, 12.232/2010 e 4.680/1965).

1.6. Valor Total Estimado: R$ 40.000.000,00 (quarenta milhões de reais).

1.7. Número de Agencias que serão Contratadas: 05 (cinco)

2. OBJETO

2.1. Contratação de 05 (cinco) agências de propaganda, para a prestação de serviço de publicidade para a Prefeitura Municipal de Cuiabá, sem segregação em lotes, itens ou contas publicitárias, cujas atividades têm por objetivo: estudo, planejamento, conceituação, concepção, criação, intermediação, supervisão, execução de estratégias, e ações de publicidade e atividades complementares, com a finalidade de dar publicidade e divulgar as políticas públicas, divulgar as ações do Poder Executivo Municipal da Administração Pública Direta e Indireta, para informar o público em geral, assim como a distribuição da comunicação aos veículos e demais meios de divulgação, conforme art. 37, §1º da Constituição Federal.

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

2.3. Compreende-se como ação publicitária, o conjunto de peças e materiais publicitários concebidos e desenvolvidos pela agência de propaganda, mediante demanda do anunciante, com o intuito de atender ao princípio da publicidade e ao direito à informação, de difundir ideias e princípios, posicionar instituições e programas, disseminar iniciativas e políticas públicas, promover a divulgação das ações do Poder Executivo Municipal da Administração Pública Direta e Indireta, assim como a distribuição da comunicação aos veículos e demais meios de divulgação, com o objetivo de informar o público em geral.

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

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

2.6. Compreende-se como atividades complementares, os serviços especializados pertinentes:
2.6.1. à produção, à execução técnica e à veiculação das peças e projetos criados, como, por exemplo, a contratação de empresa especializada para envio de material aos veículos/exibidoras (via link, SD ou outra mídia) ou mesmo para conversão de formato e/ou extensão para veiculação em mídia específica (como no caso para exibição em cinemas), entre outros;
2.6.2. ao planejamento e execução de pesquisas e outros instrumentos de avaliação e geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias, sobre os resultados das campanhas realizadas e das campanhas em desenvolvimento, relacionados à publicidade do à publicidade do Município de Cuiabá, como, por

exemplo, a elaboração de estratégia e a contratação de serviços especializados em pesquisa pela internet, assim como a mensuração de resultados das ações de comunicação realizadas na rede, entre outros.

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

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

2.7.1. gerar conhecimento sobre o mercado ou ambiente de atuação da Prefeitura Municipal de Cuiabá, o público-alvo e os veículos de divulgação nos quais serão difundidas as campanhas ou peças;

2.7.2. aferir a eficácia do desenvolvimento estratégico, da criação e da divulgação de mensagens;

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

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

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

2.10. Também não se abrange neste objeto as atividades de promoção, patrocínio, relações públicas, assessorias de comunicação e de imprensa e aquelas que tenham por finalidade a realização de eventos festivos. Não se incluem no conceito de patrocínio os projetos de veiculação em mídia – assim entendidos os projetos de veiculação em mídia ou em instalações, dispositivos e engenhos que funcionem como veículo de divulgação – e o patrocínio de eventos esportivos, culturais ou de entretenimento comercializados por veículo de divulgação.

3. DESCRIÇÃO DO OBJETO/SOLUÇÃO

3.1 Especificação, quantidades, valores e benefício para MPE:

ITEM	Cód TCE	ESPECIFICAÇÃO	QTD	VALOR TOTAL
01	218047-2	Contratação de agências de propaganda, para a prestação de serviço de publicidade para a PREFEITURA MUNICIPAL DE CUIABÁ, via Secretaria Municipal de Comunicação, sem segregação em lotes, itens ou contas publicitárias, de acordo com as Leis Federais nº 4.680/1965, nº 12.232/2010 e nº 14.133/2021, sendo considerado como serviços de publicidade: estudo, planejamento, conceituação, concepção, criação, intermediação, supervisão e execução de estratégias e ações de publicidade e atividades complementares, assim como a distribuição da comunicação aos veículos.	5	R$ 40.000.000,00

4. JUSTIFICATIVA DA CONTRATAÇÃO

A presente contratação justifica-se em razão do encerramento iminente dos contratos atualmente vigentes com quatro (04) agências de publicidade, as quais, por meio de contratação emergencial realizada em abril do corrente ano, vêm prestando serviços ao Município de Cuiabá pelo prazo de 12 (doze) meses, com término

previsto para 07 de maio de 2026. Ressalta-se que não há possibilidade legal de prorrogação desses contratos, podendo, contudo, ocorrer encerramento antecipado caso seja concluído novo procedimento licitatório.

As referidas agências são oriundas da contratação decorrente da Concorrência Pública nº 023/2018/PMC, cujas prorrogações contratuais já haviam atingido o limite legal permitido. Na ocasião, não havia prazo hábil para a conclusão de novo certame, especialmente em virtude da anulação, em abril deste ano, do processo licitatório iniciado em 2023, motivada pela constatação de vício insanável.

Diante desse contexto e visando evitar a interrupção dos serviços de publicidade institucional, procedeu-se à contratação emergencial das mesmas agências, considerando sua comprovada experiência e reconhecida capacidade técnica. Essa medida assegurou a continuidade das ações de comunicação governamental, prevenindo riscos e eventuais prejuízos ao cumprimento das obrigações legais e administrativas do Município, em especial no tocante ao princípio constitucional da publicidade dos atos públicos.

A realização de nova contratação, mediante regular processo licitatório, é imprescindível para garantir que a população cuiabana mantenha acesso amplo e contínuo às informações de interesse público, por meio de campanhas institucionais e de utilidade pública. Essas ações comunicacionais têm por finalidade a promoção e prevenção em saúde, incentivo à matrícula na rede municipal de ensino, conscientização sobre a importância da arrecadação de tributos, preservação do patrimônio público e ambiental, valorização da cultura e identidade local, bem como o fomento ao turismo, ao lazer e à cidadania.

Dessa forma, a comunicação publicitária configura-se como instrumento estratégico de transparência, informação e mobilização social, fortalecendo o vínculo entre o Poder Público e a sociedade, além de contribuir para a efetividade das políticas públicas municipais.

5. FUNDAMENTAÇÃO DA CONTRATAÇÃO

5.1. O presente documento está baseado em Estudo Técnico Preliminar disponível no processo administrativo indicado no item 1 deste TR.

5.2. Por força legal contida no artigo 1º da Lei 12.232/2010, é obrigatória a realização de procedimentos licitatórios nas contratações pela administração pública de serviços de publicidade, que deverão ser prestados necessariamente por intermédio de agências de propaganda.

5.3. De acordo com o Artigo 28 da Lei nº 14.133/2021 e com o artigo 5° da Lei nº 12.232/2010, este processo licitatório deverá ser realizado na modalidade "concorrência" do tipo "técnica e preço".

5.4. Nenhuma licitante poderá participar com mais de uma proposta.

5.5. O interessado em participar da licitação se obriga a acompanhar na Gazeta Municipal de Cuiabá – MT eventuais alterações ou informações sobre a concorrência em questão.

6. Benefícios para Micro e Pequenas Empresas – MPE

6.1 A microempresa e empresa de pequeno porte que quiserem usufruir dos benefícios concedidos pela Lei Complementar Federal n° 123/2006 e Lei Complementar Municipal nº 192/2009 de 05 de outubro de 2009, deverão apresentar no **Ato do Credenciamento:**

6.2 Quando optante pelo SIMPLES NACIONAL:

6.2.1 Comprovante de opção pelo SIMPLES obtido no sítio da Secretaria da Receita Federal.

6.2.2 Declaração de que não se encontra em nenhuma das situações do § 4º, art. 3º, da Lei Complementar Federal 123/2006.

6.2.3 Certidão da Junta Comercial Atualizada.

6.3 Quando não optante pelo SIMPLES NACIONAL:

6.3.1 Declaração de imposto de renda ou balanço patrimonial e demonstração do resultado do exercício - DRE, comprovando ter receita bruta dentro dos limites estabelecidos nos incisos I e II do art. 3º da LC 123/2006.

6.3.2 Declaração de que não se encontra em nenhuma das situações do § 4º, art. 3º da LC 123/2006.

6.3.3 Certidão da Junta Comercial Atualizada.

6.4 REQUERIMENTO, assinado por representante/sócio da empresa, solicitando valer-se do tratamento diferenciado concedido à microempresa e empresa de pequeno porte pela **Lei Complementar Municipal nº 192/2009,** de 05 de outubro de 2009.

6.5 Juntamente com o requerimento solicitado no item anterior, no caso de Microempresa e Empresa de Pequeno Porte as quais queiram participar deste certame beneficiando-se do sistema diferenciado elencado na **Lei Complementar Municipal nº 192/2009** de 05 de outubro de 2009 deverão apresentar, **CERTIDÃO ATUALIZADA emitida pela Junta Comercial** para comprovação da condição de microempresa ou Empresa de Pequeno Porte na forma do art. 8º da Instrução Normativa nº 103/2007 do Departamento Nacional de Registro do Comércio – DNRC.

6.6 A não apresentação da CERTIDÃO citada no item anterior, pela licitante que queira beneficiar-se do sistema diferenciado elencado na **Lei Complementar Municipal nº 192** de 05 de outubro de 2009, no momento do credenciamento, acarretará a preclusão automática desse direito nas demais fases do processo licitatório, não podendo ser invocado posteriormente;

6.7 A falsidade de declaração prestada objetivando os benefícios da **Lei Complementar Municipal nº 192** de 05 de outubro de 2009, caracterizará crime de que trata o art. 299 do código Penal, sem prejuízo do enquadramento em outras figuras penais e das sanções previstas deste edital;

6.8 As **Microempresas** e **Empresas de Pequeno Porte** beneficiadas pelo regime diferenciado da **Lei Complementar Municipal nº 192** de 05 de outubro de 2009, conforme segue:

6.9 No caso de participação de Microempresa e Empresa de Pequeno Porte, será observado o disposto na Lei Complementar Municipal nº 192 05 de outubro de 2009, notadamente os seus artigos 31 a 36.

6.10 O enquadramento como microempresa ou Empresa de Pequeno Porte dar-se-á nas condições do Estatuto Nacional da Microempresa e Empresa de Pequeno Porte, instituído pela Lei Complementar nº 123 de 14 de dezembro de 2006, em especial em seu art. 3º, observando-se a inocorrência de quaisquer impedimentos do § 4º do mesmo artigo;

6.11 A pessoa física ou o empresário individual enquadrado nos limites definidos pelo art. 3º da Lei Complementar nº 123/2006 receberá o mesmo tratamento concedido pela Lei Complementar 123 de 14 de dezembro de 2006, às Microempresas e Empresa e Pequeno Porte;

6.12 A fruição dos benefícios licitatórios determinados pela Lei Complementar nº 123/2006 independente da habilitação da Microempresa, empresa de Pequeno Porte ou Equiparado para a obtenção do regime tributário simplificado;

6.13 Os licitantes que se enquadram nas situações previstas no art. 3º da Lei Complementar nº 123, de 14 de dezembro de 2006, e nem possuírem quaisquer dos impedimentos do § 4º do artigo citado, deverão apresentar declaração, sob as penas da lei, de que cumprem os requisitos legais para a qualificação como microempresa, empresa de pequeno porte ou equiparado, estando aptos a usufruir do tratamento favorecido estabelecido nos artigos 42 a 49 da referida Lei Complementar (Art. 11 do decreto nº 6.204, de 05 de setembro de 2007);

6.14 A sociedade que deixar de atender a exigência do item acima não poderá fazê-lo posteriormente. Nesse caso, a não apresentação da declaração importará na renúncia pelo interessado do tratamento consagrado na Lei complementar nº 123/2006.

7. REQUISITOS DA CONTRATAÇÃO

7.1 Para a contratação das agências de publicidade, deverão ser observados os seguintes requisitos mínimos:

7.1.1 Habilitação Legal e Técnica: A agência de propaganda deverá estar legalmente constituída, com atividades reguladas pela Lei nº 4.680/1965 e detentora de certificado de qualificação técnica de funcionamento, conforme previsto no artigo 4º da Lei nº 12.232/2010.

7.1.2 Execução dos Serviços nas Instalações da Contratada: Os serviços deverão ser prestados diretamente nas instalações das agências contratadas, não sendo necessária a disponibilidade de infraestrutura física, lógica ou elétrica por parte da Prefeitura Municipal de Cuiabá.

7.1.3 Atendimento Local: As agências deverão manter, em Cuiabá ou em sua região metropolitana, sede, filial, sucursal ou escritório com estrutura técnica e administrativa adequada para atendimento direto à Secretaria Municipal de Comunicação – SECOM, o prazo para instalação será de até 15 (quinza) dias, que é o prazo previsto para a execução do contrato.

7.1.4 Equipe Técnica Mínima Obrigatória:

7.1.4.1 A agência contratada deverá dispor de equipe profissional mínima composta por:

01 (um) profissional na área de atendimento;

01 (um) profissional na área de planejamento e pesquisa;

02 (dois) profissionais na área de criação;

01 (um) na área de mídias sociais e inovações;

01 (um) profissional na área de produção impressa, eletrônica e de design/computação gráfica;

01 (um) profissional na área de mídia;

01 (um) especialista em planejamento de marketing digital e tráfego pago.

7.1.4.1 A comprovação da equipe técnica poderá ser feita por simples declaração.

7.1.5 Responsabilidade pela Contratação de Terceiros: A agência será responsável pela intermediação e supervisão da contratação de fornecedores especializados, bem como dos veículos de comunicação e divulgação necessários para a execução das ações publicitárias, sempre por ordem e conta da SECOM.

7.1.6 Vedação à Subcontratação: Fica vedada a subcontratação de outras agências de propaganda para a execução dos serviços objeto do contrato.

7.1.7 Adequação Legal dos Serviços Contratados: Os serviços de publicidade deverão restringir-se às atividades previstas no artigo 2º da Lei nº 12.232/2010, sendo vedada a inclusão de serviços como assessoria de imprensa, comunicação e relações públicas, ou a realização de eventos festivos de qualquer natureza.

7.1.8 Submissão à Aprovação da SECOM: Todos os serviços, ações, peças e campanhas publicitárias deverão ser submetidos à aprovação prévia da Secretaria Municipal de Comunicação, que será responsável pela validação e autorização da produção e veiculação.

8. PRAZO DE EXECUÇÃO/ENTREGA/LOCAL

8.1 Prazo inicial de vigência de 12 (doze) meses, contados a partir da data de assinatura do contrato, prorrogável por iguais e sucessivos períodos, conforme disposto no art. 107, inciso II, da Lei nº 14.133/2021, até o limite legal de 120 (cento e vinte) meses.
8.2 O prazo de inico da execução será de 15 (quinze) dias
8.3 Não haverá necessidade de adequações internas de infraestrutura física, lógica ou elétrica nas dependências da Prefeitura, uma vez que a execução dos serviços será realizada nas sedes das agências contratadas, conforme solicitação prévia da Secretaria Municipal de Comunicação.

9. GARANTIAS DO CONTRATO

9.1. Será exigida garantia financeira do contrato?

☐ x Sim ☐ Não

9.1.1. Se sim, qual o percentual e a forma de garantia financeira do contrato é:

As contratadas prestarão individualmente seguro-garantia, em favor da Prefeitura Municipal de Cuiabá, no valor de R$ 400.000,00 (quatrocentos mil reais), correspondente a 1% (um por cento) do valor do contrato, de acordo com o Artigo 96, da Lei Federal nº 14.133/2021, podendo cada contratada optar por uma das modalidades previstas no diploma legal citado, no prazo de 30 (trinta) dias contados a partir da data de assinatura do contrato.

10. INFRAÇÕES E PENALIDADES

10.1 O descumprimento das obrigações assumidas pelas agências contratadas, sem justificativa aceita pela Prefeitura Municipal de Cuiabá, resguardando os preceitos legais pertinentes, poderão acarretar as seguintes sanções administrativas:
10.1.1 Advertência;
10.1.2 Suspensão temporária de participação da seleção interna;
10.1.3 Multa de mora e multa compensatória;
10.1.4 Suspensão temporária de participação de licitação e impedimento de contratar com a Administração Pública por até 02 (dois) anos;
10.1.5 Declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com a Administração Pública.
10.1.6 A aplicação das sanções observará as seguintes disposições:
10.1.6.1 a advertência, será aplicada diretamente pelo fiscal do contrato, cabendo recurso administrativo no prazo de 15 (quinze) dias úteis ao gestor do contrato, contados a partir da notificação da sanção, sem a necessidade de apurar responsabilidade mediante a instauração de processo administrativo conduzido por comissão especial;
10.1.6.2 caberá ao gestor aplicar a suspensão temporária de participação de licitação e impedimento de contratar com a Administração Pública e propor a declaração de inidoneidade;
10.1.6.3 a aplicação da declaração de inidoneidade será de responsabilidade da autoridade competente pela pasta;
10.1.7 A sanção de advertência poderá ser aplicada nos seguintes casos:
10.1.7.1 descumprimento parcial das obrigações e responsabilidades assumidas contratualmente;
10.1.7.2 outras ocorrências que possam acarretar transtornos ao desenvolvimento dos serviços, a juízo da Prefeitura Municipal de Cuiabá, desde que não caiba a aplicação de sanção mais grave.
10.1.8 A falha na execução contratual restará configurada quando:
10.1.8.1 As agências contratadas cometerem, nos últimos 12 (doze) meses contínuos de execução contratual, uma quantidade de infrações cujo somatório de pontos correspondentes, conforme a Tabela 1 (abaixo), atinja ou ultrapasse 10 (dez) pontos:

Tabela 1 – Correspondência entre Grau da Infração e Quantidade de Pontos

Grau da infração	Quantidade de pontos atribuídos
Leve	1 ponto por infração
Média	2 pontos por infração
Grave	3 pontos por infração

10.1.8.2 Comprovadas as falhas e atingida a pontuação estabelecida anteriormente, a Prefeitura Municipal de Cuiabá poderá aplicar as sanções, por infração, conforme os graus, as correspondências, as descrições e as incidências estabelecidas na Tabela 2 e na Tabela 3, apresentadas a seguir:

Tabela 2 – Grau e correspondência de cada infração

Grau da infração	Correspondência
Leve	Advertência (na primeira infração)
	Multa no valor de 0,05%, por incidência, sobre o valor do contrato (após a primeira infração).
Média	Multa no valor de 0,1%, por incidência, sobre o valor do contrato.
Grave	Multa no valor de 0,5%, por incidência, sobre o valor do contrato.

Tabela 3 – Infrações

Item	Descrição	Grau	Incidência
1	Não operar como organização completa prejudicando o fornecimento dos serviços com elevada qualidade.	Grave	Semestral
2	Demora para centralizar o comando da publicidade da **PREFEITURA MUNICIPAL DE CUIABÁ** no estado, onde, para esse fim, manterá escritório, sucursal ou filial.	Grave	Por ocorrência
3	Não executar, com seus próprios recursos, todos os serviços previstos neste TR, mediante demanda da **PREFEITURA MUNICIPAL DE CUIABÁ.**	Grave	Semestral
4	Não utilizar, na elaboração dos serviços objeto deste contrato, os profissionais indicados na Proposta Técnica da concorrência que deu origem a este instrumento, para fins de comprovação da Capacidade de Atendimento.	Leve	Semestral
5	Substituir os profissionais envolvidos na execução contratual sem o conhecimento e anuência da **PREFEITURA MUNICIPAL DE CUIABÁ.**	Leve	Por ocorrência
6	Não envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores de bens e de serviços especializados e a veículos de divulgação ou não transferir à **PREFEITURA MUNICIPAL DE CUIABÁ** todas as vantagens obtidas.	Grave	Por ocorrência.
7	Não observar rigorosamente as especificações estipuladas pela **PREFEITURA MUNICIPAL DE CUIABÁ** no fornecimento de produtos e serviços relacionados com o objeto deste contrato.	Grave	Por ocorrência
8	Não exercer o controle de qualidade na execução dos serviços prestados, com base nos parâmetros determinados pela **PREFEITURA MUNICIPAL DE CUIABÁ.**	Grave	Por ocorrência
9	Não atuar com atenção e responsabilidade na elaboração de estimativa de custos dos produtos e serviços objeto deste contrato.	Grave	Por ocorrência
10	Não observar as condições estabelecidas no presente contrato para o fornecimento de bens e de serviços especializados à **PREFEITURA MUNICIPAL DE CUIABÁ.**	Média	Semestral
11	Não observar os prazos estabelecidos pela **PREFEITURA MUNICIPAL DE CUIABÁ** na condução dos serviços objeto deste contrato.	Média	Por ocorrência
12	Provocar prejuízos e danos à **PREFEITURA MUNICIPAL DE CUIABÁ** devido a sua demora, omissão ou erro, na condução dos serviços objeto deste contrato.	Grave	Por ocorrência
13	Não tomar providências, imediatamente, em casos de alterações, rejeições, cancelamentos ou interrupções de um ou mais serviços, mediante comunicação da **PREFEITURA MUNICIPAL DE CUIABÁ.**	Grave	Por ocorrência
14	Não repassar à **PREFEITURA MUNICIPAL DE CUIABÁ** todas as vantagens obtidas em negociação de compra de mídia, incluídos os eventuais descontos e as bonificações na forma de espaço, tempo ou reaplicações que tenham sido concedidos por veículo de divulgação.	Grave	Por ocorrência

15	Não repassar à **PREFEITURA MUNICIPAL DE CUIABÁ** o desconto de antecipação de pagamento, caso esta venha a saldar compromisso antes do prazo estipulado.	Grave	Por ocorrência
16	Sobrepor os planos de incentivo aos interesses da **PREFEITURA MUNICIPAL DE CUIABÁ**, preterindo veículos de divulgação que não os concedam ou priorizando os que os ofereçam.	Grave	Por ocorrência
17	Não negociar as melhores condições de preço, até os percentuais máximos estabelecidos neste contrato, no tocante aos direitos patrimoniais sobre trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos de autor e conexos e aos direitos patrimoniais sobre obras consagradas, nos casos de reutilizações de peças publicitárias da **PREFEITURA MUNICIPAL DE CUIABÁ**.	Grave	Por ocorrência
18	Não incluir cláusula de alerta em seus pedidos de cotação junto a fornecedores de bens e de serviços especializados, quando pertinente, no sentido de que, na produção de peças publicitárias destinadas à veiculação pelas emissoras de televisão e em salas cinematográficas, seja considerado o disposto nos arts. 44 a 46 da Lei nº 12.288/2010 (Igualdade racial).	Média	Por ocorrência
19	Contratar fornecedores de bens e de serviços especializados ou reservar e comprar espaço ou tempo publicitário de veículos de divulgação, relacionados à execução deste contrato, sem a autorização prévia e por escrito da **PREFEITURA MUNICIPAL DE CUIABÁ**.	Grave	Por ocorrência
20	Não providenciar Termo de Conduta, segundo o qual o veículo se responsabiliza pelos seus conteúdos ou de sites parceiros, declarando estar de acordo com os termos do Marco Civil da Internet, de forma a evitar ações publicitárias da **PREFEITURA MUNICIPAL DE CUIABÁ** em veículos de divulgação que promovam conteúdos ou atividades ilegais.	Média	Por ocorrência
21	Não apresentar à **PREFEITURA MUNICIPAL DE CUIABÁ**, para autorização do plano de mídia de cada ação ou campanha publicitária, relação dos meios, praças e veículos de divulgação dos quais será possível e dos quais se revela impossível obter o relatório de checagem de veiculação, a cargo de empresa independente.	Leve	Por ocorrência
22	Cotar preços para o fornecimento de bens ou de serviços especializados junto a fornecedores em que: um mesmo sócio ou cotista participe de mais de um fornecedor em um mesmo procedimento de cotação; e que algum dirigente ou empregado da **AGÊNCIA CONTRATADA** tenha participação societária ou vínculo comercial ou de parentesco até o terceiro grau.	Grave	Por ocorrência
23	Realizar despesas com bens e serviços especializados prestados por fornecedores, com veiculação e com qualquer outra despesa relacionada com este contrato, sem a autorização prévia da **PREFEITURA MUNICIPAL DE CUIABÁ**.	Grave	Por ocorrência
24	Recusar a encaminhar, sempre que solicitado pela **PREFEITURA MUNICIPAL DE CUIABÁ**, sem ônus para esta, cópia de peças produzidas, desde que não seja para uso em veiculação em mídia paga, nos seguintes formatos: TV e Cinema – cópias em Pendrive em arquivos digitais; Internet – cópias em Pendrive; Rádio – cópias Pendrive, em arquivos digitais; Mídia impressa e outros materiais publicitários – cópias em Pendrive, com arquivos em alta resolução e finalizados, sendo uma cópia aberta e outra fechada.	Leve	Por ocorrência
25	Não zelar pelo irrestrito e total sigilo sobre quaisquer dados que lhe sejam fornecidos em decorrência da execução contratual, sobretudo quanto à estratégia de atuação da **PREFEITURA MUNICIPAL DE CUIABÁ**.	Grave	Por ocorrência

26	Divulgar informações acerca da prestação dos serviços objeto deste contrato, mesmo que acidentalmente, sem a prévia e expressa autorização da **PREFEITURA MUNICIPAL DE CUIABÁ**.	Grave	Por ocorrência
27	Recusar o ressarcimento à **PREFEITURA MUNICIPAL DE CUIABÁ** de qualquer dano ou prejuízo oriundo de eventual quebra de sigilo das informações fornecidas.	Grave	Por ocorrência
28	Não prestar o devido esclarecimento à **PREFEITURA MUNICIPAL DE CUIABÁ** sobre eventuais atos ou fatos desabonadores noticiados que envolvam à **AGÊNCIA CONTRATADA**.	Grave	Por ocorrência
29	Caucionar ou utilizar o presente contrato como garantia para qualquer operação financeira.	Grave	Por ocorrência
30	Não cumprir todas as leis e posturas, federais, estaduais e municipais pertinentes ao objeto deste contrato.	Grave	Por ocorrência
31	Não cumprir a legislação trabalhista e securitária com relação a seus empregados.	Grave	Por ocorrência
32	Não manter durante a execução deste contrato todas as condições de habilitação e qualificação, exigidas na concorrência que deu origem a este instrumento.	Grave	Semestral
33	Não apresentar, quando solicitado pela **PREFEITURA MUNICIPAL DE CUIABÁ**, a comprovação de estarem sendo satisfeitos todos os seus encargos e obrigações trabalhistas, previdenciários e fiscais.	Média	Por ocorrência
34	Gerar prejuízos e infrações à **PREFEITURA MUNICIPAL DE CUIABÁ** na prestação dos serviços objeto deste contrato.	Grave	Por ocorrência
35	Não realizar de forma devida o pagamento de tributos e taxas que forem devidos em decorrência do objeto deste contrato, bem como as contribuições devidas à Previdência Social, os encargos trabalhistas, prêmios de seguro e de acidentes de trabalho, os encargos que venham a ser criados e exigidos pelos Poderes Públicos e outras despesas que se fizerem necessárias ao cumprimento do objeto pactuado.	Grave	Por ocorrência
36	Não observar na execução dos serviços as boas práticas de sustentabilidade ambiental, de otimização de recursos, de redução de desperdícios e de redução da poluição.	Média	Semestral
37	Demora na constituição, em parceria com as outras agências contratadas, de um acervo da propaganda da **PREFEITURA MUNICIPAL DE CUIABÁ**, em meio virtual, com as peças produzidas durante a execução deste contrato e com banco de imagens.	Grave	Por ocorrência

10.3 As penalidades decorrentes das condutas tipificadas acima podem ser aplicadas cumulativamente entre si, desde que seu somatório não ultrapasse 10% (dez por cento) do valor atualizado da contratação, sem prejuízo das demais sanções dispostas.

10.4 No ato de advertência, a Prefeitura Municipal de Cuiabá, estipulará prazo para o cumprimento da obrigação ou responsabilidade assumida contratualmente e para a correção das ocorrências que possam acarretar transtornos ao desenvolvimento dos serviços.

10.5 A suspensão temporária de participação da seleção interna será aplicada quando, vencido o prazo

estipulado na advertência, a agência contratada continuar inadimplente em relação ao fato que deu origem à sanção.

10.6 A multa moratória poderá ser cobrada pelo atraso injustificado no cumprimento do objeto ou de prazos estipulados.

10.7 O atraso sujeitará a agência contratada à multa de:

I – 0,33% (zero vírgula trinta e três por cento) por dia de atraso na entrega de material ou execução de serviço, a contar do primeiro dia útil da respectiva data fixada, até o limite de 30 (trinta) dias úteis, calculada sobre o valor correspondente à obrigação não cumprida;

II – 0,66% (zero vírgula sessenta e seis por cento) por dia de atraso, na entrega de material ou execução de serviço, a contar do primeiro dia útil da respectiva data fixada, calculada sobre o valor correspondente à obrigação não cumprida, em caráter excepcional, se houve justificativa plausível, a juízo da Prefeitura Municipal de Cuiabá, quando o atraso ultrapassar 30 (trinta) dias.

10.8 O atraso injustificado superior a 30 (trinta) dias na entrega de material ou execução de serviço poderá caracterizar a inexecução total deste contrato, a juízo da Prefeitura Municipal de Cuiabá.

10.9 A agência contratada estará sujeita à multa compensatória de:

I - 1% (um por cento), calculada sobre o valor da nota fiscal correspondente ao material ou ao serviço em que tenha ocorrida a falta, quando caracterizada a inexecução parcial ou a execução insatisfatória deste contrato;

II - 1% (um por cento), calculada sobre o valor que reste executar deste contrato ou sobre o valor da dotação orçamentária que reste executar, o que for menor, pela:

a) inexecução total deste contrato;

b) pela interrupção da execução deste contrato, sem prévia autorização da Prefeitura Municipal de Cuiabá.

III - 0,07% (zero vírgula zero sete por cento) do valor deste contrato ou do valor da dotação orçamentária, o que for menor, por dia de atraso, observado o máximo de 2% (dois por cento) pela recusa injustificada em apresentar a garantia prevista neste contrato;

IV até 1% (um por cento) sobre o valor que reste executar deste contrato ou sobre o valor da dotação orçamentária que reste executar, o que for menor, pelo descumprimento de qualquer cláusula contratual, respeitado o acima disposto neste subitem.

10.10 A suspensão do direito de licitar e contratar com a Administração Pública poderá ser aplicada à agência de publicidade se, por culpa ou dolo, prejudicar ou tentar prejudicar a execução deste ajuste, nos seguintes prazos e situações:

I - por até 06 (seis) meses:

a) atraso no cumprimento das obrigações assumidas contratualmente, que tenha acarretado prejuízos financeiros para a Prefeitura Municipal de Cuiabá;

b) execução insatisfatória do objeto deste contrato, se antes tiver havido aplicação da sanção de advertência ou multa, na forma descrita anteriormente.

II - por até 02 (dois) anos:

a) não conclusão dos serviços contratados;

b) prestação do serviço em desacordo com as especificações constantes no documento de Autorização de

Produção ou no documento de Autorização de Veiculação, depois da solicitação de correção efetuada pela Prefeitura Municipal de Cuiabá;

c) cometimento de quaisquer outras irregularidades que acarretem prejuízo à Prefeitura Municipal de Cuiabá, 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 Prefeitura Municipal de Cuiabá, de qualquer documento falso ou falsificado, no todo ou em parte, com o objetivo de participar da licitação que deu origem a este contrato, que venha ao conhecimento da Prefeitura Municipal de Cuiabá após a assinatura deste contrato, ou para comprovar, durante sua execução, a manutenção das condições apresentadas na habilitação;

f) ocorrência de ato capitulado como crime pela Lei nº 14.133/2021, praticado durante o procedimento licitatório, que venha ao conhecimento da Prefeitura Municipal de Cuiabá após a assinatura do contrato;

g) reprodução, divulgação ou utilização, em benefício próprio ou de terceiros, de quaisquer informações de que seus empregados tenham tido conhecimento em razão da execução deste contrato, sem consentimento prévio e expresso da Prefeitura Municipal de Cuiabá.

10.11 A declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com a Administração Pública será aplicada quando constatada má-fé, ação maliciosa e premeditada em prejuízo da Prefeitura Municipal de Cuiabá, atuação com interesses escusos, reincidência em faltas que acarretem prejuízo à Prefeitura Municipal de Cuiabá ou aplicações anteriores de sucessivas outras sanções.

10.12 A declaração de inidoneidade será aplicada à Prefeitura Municipal de Cuiabá 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 Prefeitura Municipal de Cuiabá, 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 Prefeitura Municipal de Cuiabá.

10.12.1 A declaração de inidoneidade implica proibição da Prefeitura Municipal de Cuiabá 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 agência ressarcir a Prefeitura Municipal de Cuiabá pelos prejuízos resultantes e depois de decorrido o prazo da sanção aplicada.

10.13 Da aplicação das sanções de advertência, suspensão temporária de participação da seleção interna, multa e suspensão do direito de licitar ou contratar com a Administração caberá recurso, no prazo de 05 (cinco) dias úteis, contados do primeiro dia útil subsequente ao do recebimento da comunicação.

10.14 O recurso referente à aplicação de sanções deverá ser dirigido à autoridade imediatamente superior, por intermédio daquela responsável pela sua aplicação, a qual poderá reconsiderar sua decisão, no prazo de 05 (cinco) dias úteis, ou, nesse mesmo prazo, enviá-lo à instância superior, devidamente motivado, devendo, neste caso, a decisão ser proferida dentro do prazo de 05 (cinco) dias úteis, contados do recebimento do recurso, conforme especificado a seguir:

a) a advertência, a suspensão temporária de participação da seleção interna e a multa: pela autoridade competente ou por outro servidor por ela designado;

b) suspensão do direito de licitar ou contratar com a Administração Pública: pela autoridade competente ou por outro servidor por ela designado.

10.15 As sanções aqui previstas são independentes entre si, podendo ser aplicadas isoladas ou cumulativamente, sem prejuízo de outras medidas cabíveis, respondendo ainda a agência contratada por qualquer indenização suplementar no montante equivalente ao prejuízo excedente que causar, na forma do parágrafo único do art. 416 do Código Civil Brasileiro.

10.16 A aplicação das sanções previstas neste contrato não exclui a possibilidade de aplicação de outras, previstas na Lei nº 14.133/2021, incluída a responsabilização da agência contratada por eventuais perdas e danos causados à Prefeitura Municipal de Cuiabá.

10.17 O valor das multas poderá ser descontado da garantia constituída, do valor da fatura de quaisquer serviços referentes ao presente contrato, cobrado diretamente ou, ainda, quando for o caso, cobrado judicialmente da agência contratada, ressalvado os valores devidos a terceiros, fornecedores, veículos e demais meios de comunicação.
10.18 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 Prefeitura Municipal de Cuiabá.

11. MATRIZ DE ALOCAÇÃO DE RISCO #MADR

Evento de risco	Alocação	Consequência
Alteração do quantitativo contratado	Município	Aditivo contratual
Alteração do projeto	Município	Reequilíbrio contratual
Criação, extinção ou alteração de tributos, taxas ou encargos	Município	Reequilíbrio contratual
Atraso no pagamento	Município	Juros e atualização monetária
Problemas com empregados do contratado	Contratado	Manutenção do valor
Erros na execução	Contratado	Correção com manutenção do valor
Atrasos e inadimplementos	Contratado	Glosa do valor não executado e aplicação de penalidades
Oscilações de mercado dos insumos até 5% acima da variação média do ano anterior	Contratado	Manutenção do valor
Oscilações de mercado dos insumos acima de 5% da variação média do ano anterior	Município	Reequilíbrio contratual
Outros eventos não previstos caracterizados como caso fortuito, força maior, fato do príncipe ou fato da administração	Município	Reequilíbrio contratual

O fiscal do contrato acompanhará os mecanismos de mitigação dos riscos previstos na matriz de risco contratual.

12. MÉTODO ALTERNATIVO PARA RESOLUÇÃO DE CONTROVÉRSIAS

(art. 151, Lei 14.133/21).

12.1. Mediação

12.2. Nos casos em que ocorrerem eventuais discordâncias na execução do contrato, o representante legal será convidado a uma reunião para dirimir a questão junto a autoridade máxima do órgão, ou eventual representante designado, para encontrar uma solução viável que atenda o interesse público e os anseios da contratada. Para essa reunião será indicado um mediador, em comum acordo das partes e que irá participar do processo, devendo garantir a confidencialidade, e deverá ter foco nos interesses subjacentes das partes auxiliando na solução da controvérsia e ajudando as partes a chegar a um acordo que seja aceitável para ambas as partes.

13. OBRIGAÇÕES ESPECÍFICA DO(A) CONTRATADO(A):

13.1. Constituem obrigações do(a) contratado(a):

13.1.1. Aceitar, nas mesmas condições de sua proposta, os acréscimos ou supressões determinadas pela Prefeitura Municipal de Cuiabá nos termos da Lei nº 14.133/2021;

13.1.2. Comunicar ao fiscal do contrato, de imediato, qualquer ocorrência que impeça a execução regular de suas obrigações;

13.1.3. Atender às determinações do fiscal do contrato, destinadas ao regular cumprimento do contrato;

13.1.4. Efetuar o pagamento de todos os impostos, taxes e demais obrigações fiscais incidentes ou que vierem a incidir sobre o objeto do contrato;

13.1.5. Declarar o descumprimento das condições de habilitação, sob pena de declaração de inidoneidade para licitar ou contratar;

13.1.6. Manter contatos com a Secretaria Municipal de Comunicação sempre por escrito, ressalvados os entendimentos verbais determinados pela urgência, que deverão ser registrados e confirmados por escrito no prazo de 3 (três) dias úteis;

13.1.7. Manter atualizado, durante a vigência do presente contrato, o endereço, número de telefone fixo e celular, correio eletrônico e nome do representante legal com poder de decisão;

13.1.8. A agência atuará por ordem da Secretaria Municipal de Comunicação da Prefeitura de Cuiabá, de acordo com as solicitações realizadas pela SECOM e sempre em conformidade com a legislação, com o Código de Ética dos Profissionais de Propaganda e com as demais normas correlatas que regulam a atividade.

13.1.9. Os serviços a serem realizados devem ser submetidos à aprovação da Secretaria Municipal de Comunicação da Prefeitura de Cuiabá, responsáveis pela determinação de sua produção e veiculação.

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

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

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

13.1.13. Manter sigilo quanto às informações que necessitem.

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

13.1.15. Centralizar o comando da publicidade do Município de Cuiabá (sede, filial, sucursal ou escritório) em Cuiabá, com estrutura de atendimento representada, no mínimo, pelos seguintes profissionais: A agência contratada deverá dispor de equipe profissional mínima composta por: 1 (um) na área de atendimento; 1 (um) na área de planejamento e pesquisa; 2 (dois) na área de criação; 1 (um) na área de mídias sociais e inovações; 1 (um) na área de produção impressa, eletrônica e de design/computação gráfica, 1 (um) na área de mídia e 01 (um) especialista em planejamento de marketing digital e tráfego pago.

13.1.16. Executar todos os serviços relacionados com o objeto do Termo de Referência, de acordo com os prazos e demais especificações estipuladas pela Secretaria Municipal de Comunicação (SECOM) e pela Diretoria Administrativa e Financeira da Secom.

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

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

13.1.19. Orientar a produção, a impressão e a distribuição das peças gráficas conforme a solicitação e aprovação da SECOM e atestar a conformidade do material.

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

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

13.1.22. Elaborar, sempre que solicitado pela SECOM, estudo de práticas e investimentos em mídia que vêm sendo empregados.

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

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

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

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

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

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

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

13.1.30. Em caso de eventuais atrasos, oriundos de situações específicas, devidamente manifestadas por meio de justificativa plausível, haverá ainda a prorrogação do prazo por mais 2 (dois) dias.

13.1.31. O não cumprimento dos prazos estabelecidos provocam à contratada sanções e penalidades, de acordo com o item 16.6.2, da tabela 3 (infrações), da cláusula 16ª – Das Sanções Administrativas deste Termo de Referência.

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

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

13.1.34. Encaminhar, após a aprovação do serviço pela SECOM e sem ônus a esse, as cópias de peças produzidas, desde que não seja para uso em veiculação de mídia paga: TV/Cinema – cópias em Memória USB Flash Drive e/ou arquivos digitais; internet – cópias em MEMÓRIA USB FLASH DRIVE e/ou em arquivos digitais; rádio – cópias em MEMÓRIA USB FLASH DRIVE e/ou arquivos digitais; mídia impressa e material publicitário – cópias em MEMÓRIA USB FLASH DRIVE, com arquivos em alta resolução, finalizados, sendo uma cópia aberta e uma fechada.

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

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

13.1.37. Produzir e entregar anualmente, em meio impresso e em MEMÓRIA USB FLASH DRIVE, o portfólio dos trabalhos realizados a Secretaria Municipal de Comunicação durante a execução do contrato, além de relatório de todas as peças desenvolvidas e produzidas, tendo como prazo final o último dia útil do último mês de vigência do contrato ou de sua prorrogação.

13.1.38. Efetivar as operações de pagamento referentes aos serviços prestados por veículos ou fornecedores de serviços especializados, operação que deverá ser realizada em até 05 (cinco) dias úteis do recebimento do pagamento realizado pela Prefeitura Municipal de Cuiabá, preferencialmente por meio de depósito ou transferência bancária identificada.

13.1.39. Entregar à Secretaria Municipal de Comunicação, a cópia dos comprovantes de pagamentos feitos aos fornecedores de serviços especializados e aos veículos de divulgação em até 07(sete) dias úteis após o recebimento do pagamento realizado pela Prefeitura Municipal de Cuiabá.

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

13.1.41. Comunicar imediatamente à Secretaria Municipal Comunicação toda e qualquer alteração, rejeição, cancelamento ou interrupção de um ou mais serviços contratados, além de adotar instantaneamente providências para solucionar a pendência.

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

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

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

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

13.1.46. Prestar esclarecimentos à Secretaria Municipal de Comunicação sobre eventuais atos ou fatos desabonadores noticiados que se envolver, independente de solicitação.

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

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

13.1.49. Sempre que houver solicitação da Secretaria Municipal Comunicação, a agência deverá apresentar a comprovação de estarem sendo satisfeitos todos os seus encargos e obrigações trabalhistas, previdenciários e fiscais.

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

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

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

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

13.1.54. Responsabilizar-se por qualquer ação judicial que tenha por fundamento a legislação trabalhista ou de proteção dos direitos autorais ou à propriedade intelectual, devendo adotar providências no sentido de preservar o contratante e de mantê-lo excluído da lide, assim como de reivindicações, demandas, queixas ou representações referentes a tais assuntos.

13.1.55. Arcar com o ônus relacionado à produção e criação de peças e campanhas que, por meio de legislação ou de entidades como o CONAR (Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária), sejam impedidas de veicular ou, uma vez veiculando, sejam retiradas do ar.

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

13.1.57. O processo de seleção interna para a escolha da agência que executará a ação publicitária seguirá a metodologia prevista na Portaria nº xx/2025/SECOM, que poderá vir a ser substituída a critério da administração pública a qualquer tempo, seguindo-se todos os critérios técnicos e legais.

13.1.58. A Prefeitura Municipal de Cuiabá não presta serviços de assessoria e consultoria para as AGÊNCIAS contratadas a respeito das relações jurídicas que estas vierem a ter com terceiros, devendo as agências assumir o ônus de tais relações, possuir equipes de profissionais capazes de atender as demandas e percalços que vierem a existir.

13.1.59. A relação jurídica da Prefeitura Municipal de Cuiabá é direta para com as agências contratadas, devendo estas se responsabilizar perante as relações jurídicas com os terceiros contratados, quais sejam, veículos, fornecedores de serviços especializados e outros.

13.1.60. Aceitar, nas mesmas condições contratuais, acréscimos ou supressões que se fizerem necessárias, em até 25% (vinte e cinco por cento) do valor atualizado previsto no item 3, facultada a supressão além desse limite, mediante acordo entre as partes.

14. OBRIGAÇÕES ESPECÍFICAS DO CONTRATANTE:

14.1. Constituem obrigações do contratante:

14.2. Realizar o empenho da respectiva dotação orçamentária;

14.3. Publicar o contrato na Gazeta Municipal e no Portal Nacional de Contratações Públicas;

14.4. Acompanhar e fiscalizar a execução do contrato, registrando as eventuais ocorrências;

14.5. Comunicar imediatamente ao contratado qualquer defeito ou deficiência que venha a constatar, referente à execução do objeto deste contrato;

14.6. Informar alterações no cronograma, com antecedência mínima de 24 (vinte e quatro) horas;

14.7. Fornecer, em tempo hábil, todas as informações necessárias para o cumprimento das obrigações por parte do contratado;

14.8. Cumprir todos os compromissos financeiros assumidos com a parte contratada, desde que devidamente comprovada a execução do serviço.

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

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

14.11. Verificar o cumprimento das cláusulas contratuais relativas aos honorários devidos à agência e às condições de contratação de fornecedores de bens e serviços especializados realizados pelas agências contratadas.

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

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

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

14.15. A Secretaria Municipal de Comunicação da Prefeitura Municipal de Cuiabá será a responsável pela aprovação dos serviços solicitados antes da execução final, determinando assim a produção e veiculação.

14.16. Instituir processo de seleção interna entre as agências contratadas, cuja metodologia será posteriormente elaborada e aprovada Secretaria Municipal de Comunicação - O processo de seleção interna para a escolha da agência contratada que executará a ação publicitária seguirá a metodologia prevista na

Portaria nº xx/2025/SECOM, que poderá vir a ser substituída a critério da administração pública a qualquer tempo, seguindo-se todos os critérios técnicos e legais.

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

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

14.19. Nomear Gestor e Fiscais para executar a fiscalização do contrato e registrar em relatório todas as ocorrências, deficiências, irregularidades ou falhas que porventura serão observadas na execução dos serviços, objetivando a imediata correção.

14.20. Caracterizada a inexecução contratual, a Prefeitura Municipal de Cuiabá, poderá optar pela rescisão deste contrato e ou, em caráter excepcional, liquidar despesas e efetuar os respectivos pagamentos diretamente ao fornecedor dos serviços especializados ou ao veículo de comunicação e divulgação, conforme o caso.

14.21. Em caso de não cumprimento dos itens 5 e 6 da tabela 3, dos itens de infrações, a Secretaria Municipal de Comunicação promoverá notificação extrajudicial em favor da agência contratada, concedendo dias para o cumprimento das obrigações, e permanecendo a irregularidade sem justificativa plausível e aceita pela autoridade competente, será aplicada as penalidades cabíveis.

15. CRITÉRIOS DE MEDIÇÃO E PAGAMENTO

15.1 DA REMUNERAÇÃO

15.1.1 Pertencerá a Prefeitura Municipal de Cuiabá as vantagens obtidas em negociação de compra de mídia diretamente ou por intermédio de agência de propaganda, incluídos os eventuais descontos e as bonificações na forma de tempo, espaço ou reaplicações que tenham sido concedidos pelo veículo de divulgação. A agência contratada não fará jus a nenhuma remuneração ou desconto de agência quando da utilização pelo contratante de créditos que a esse tenham sido concedidos por veículos de divulgação, em qualquer ação publicitária pertinente ao contrato.

15.2 A Agência de Publicidade será remunerada por honorários:

15.2.1 De acordo com o percentual apresentado em proposta sobre os custos: (i) à produção e à execução técnica de peça e ou material, assim como (ii) ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos, de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas ou a serem realizadas; (iii) à criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias, visando à expansão dos efeitos das mensagens e das estratégias publicitárias, como, por exemplo, a elaboração e execução de ações pela internet, assim como contratação de impulsionamento (método de veiculação nas principais plataformas da rede) e de mídia programática, entre outros.

15.2.1.1 Os honorários de remuneração dispostos no item 15.2.1, quando referentes ao investimento em plataformas digitais (impulsionamento, mídia programática, etc.), não estão vinculados a serviços externos prestados por fornecedores especializados, nem correspondem ao desconto-padrão não pago pelas plataformas digitais, mas visam remunerar devidamente a CONTRATADA pela sua intermediação, supervisão, monitoramento de performance e otimização da distribuição de peças publicitárias por meio de plataformas digitais.

15.2.1.2 Na gestão pela CONTRATANTE dos investimentos destinados para distribuição das peças publicitárias de uma campanha em plataformas digitais, a remuneração da CONTRATADA, prevista no subitem 15.2.1, deverá incidir sobre o valor aplicado na plataforma, de modo que o somatório do valor autorizado para essas empresas com o dos referidos honorários não supere o total de investimento proposto pela CONTRATADA para essa distribuição.

15.3 Os honorários serão calculados sobre o preço faturado pelos fornecedores:

15.3.1 Pelos serviços de criação e execução interna, a Agência de Publicidade, receberá o valor correspondente

indicado na Tabela de Custos Internos editada pelo Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Mato Grosso - SINAPRO, com um desconto de acordo com o percentual apresentado em proposta.

15.3.2 As Agências de Publicidade também farão jus ao desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, em conformidade com o art. 11 da Lei nº 4.680/65 e do Decreto nº 57.690/66. O desconto será concedido às agências contratadas pela concepção, execução e ou distribuição de publicidade, por ordem e conta da SECOM, nos termos do art. 19 da Lei nº 12.232/2010. As contratadas repassarão a Prefeitura Municipal de Cuiabá o valor correspondente a **5% (cinco) por cento** do valor da mídia efetivamente contratada sobre o valor acertado para cada veiculação, correspondente ao repasse parcial dos honorários de veiculação, pagos pelos Veículos de Comunicação à agência de publicidade.

15.4 As despesas com deslocamento de profissionais das agências contratadas, de seus representantes ou de fornecedores por ela contratados, na cidade de Cuiabá, serão de responsabilidade das contratadas.

16. DOS DIREITOS AUTORAIS

16.1. A agência contratada cederá à Secretaria Municipal de Comunicação da Prefeitura Municipal de Cuiabá, os direitos autorais patrimoniais de uso das ideias (incluídos estudos, análises e planos), peças, campanhas e demais materiais de publicidade, de sua propriedade exclusiva, de seus empregados ou prepostos, concebidos, criados ou produzidos em decorrência do contrato firmado. Os direitos são cedidos de forma total e definitiva para uso no Brasil ou em qualquer país do mundo. Os direitos patrimoniais cedidos poderão ser usados pela Prefeitura Municipal de Cuiabá em todas as suas modalidades de utilização, diretamente ou por intermédio de terceiros. Quando necessário realizar contratações que envolvam direitos de autor e conexos, as agências contratadas solicitarão a quem de direito a concessão por prazo, finalidade, território e preço, inclusive quanto à eventual renovação do contrato, dos direitos autorais e conexos de suas respectivas titularidades.

16.2. As agências contratadas se comprometem a fazer constar, em destaque, em todos os orçamentos de produção, o custo com cachês, os de cessão de direito de uso de obra(s) consagrada(s), incorporada(s) à peça e os de cessão dos demais direitos de autor e conexos.

16.3. A Prefeitura Municipal de Cuiabá será a única proprietária das peças e demais materiais físicos e/ou digitais oriundos do cumprimento do contrato, sejam estes passíveis ou não de proteção do Direito de Propriedade Intelectual. É garantida à Prefeitura Municipal de Cuiabá, a apropriação dos direitos patrimoniais e conexos originalmente de titularidade das agências contratadas e dos funcionários desta, sobre os resultados da execução do contrato, ressalvados os direitos autorais e conexos de terceiros.

17. DAS CONDIÇÕES DE COMPROVAÇÃO DE EXECUÇÃO DOS SERVIÇOS E DO PAGAMENTO

17.1. Condições de Comprovação de Execução dos Serviços:

Para liquidação e pagamento das despesas referente aos serviços previamente autorizados pela SECOM, às agências contratadas deverão apresentar:

17.1.1 a correspondente Nota Fiscal, sem rasura e em letra legível, em nome da Secretaria Municipal de Comunicação da Prefeitura Municipal de Cuiabá, CNPJ nº 03.533.064/0001-46, contendo o número do contrato, serviços contratados, além das seguintes informações da contratada: nome, CNPJ e dados bancários (Banco (nome e número) Agência (nome e número) Conta Corrente (número);

17.2 Quaisquer alterações nos dados bancários deverão ser comunicadas tempestiva e formalmente a SECOM, ficando as agências contratadas responsáveis pelos prejuízos decorrentes da falta ou intempestividade da informação;

17.1.3 O CNPJ que deverá constar nas notas fiscais e na conta corrente utilizada para pagamento às agências contratadas deverá ser o CNPJ constante do preâmbulo do contrato;

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

17.1.5 Ainda no que tange o pagamento de fornecedores e veículos, a agência contratada deverá apresentar os documentos comprobatórios de execução/entrega dos serviços (fotos comprobatórias da execução do serviço executado, devendo ser apresentada com detalhamento contendo: data, tamanho, resolução, caminho de armazenamento, título e localização, dentre outras informações, não sendo aceitos prints, somente fotos quando for tirado da tela com as informações do detalhamento os quais deverão ser anexado à mídia que fará parte do processo de pagamento), os documentos comprobatórios da demonstração do valor devido ao veículo, da sua tabela de preços, dos descontos negociados, dos correspondentes pedidos de inserção e da efetiva veiculação, sendo este último providenciado sem ônus ao contratante.

17.1.6 Quando referente ao pagamento de fornecedores e veículos, a nota fiscal também deverá conter o número do documento que autorizou a veiculação ou produção dos serviços e o nome empresarial do fornecedor com seu respectivo CNPJ.;

17.1.7 Na primeira via do documento fiscal do fornecedor de serviços especializado ou do veículo:

17.1.7.1 O CNPJ que deverá constar nas notas fiscais dos fornecedores de serviço especializado deverá ser o mesmo da cotação de preços que norteou a contratação;

17.1.8 Os documentos comprobatórios da execução dos serviços especializados e, quando for o caso, do comprovante de sua entrega;

17.1.9 Os documentos comprobatórios da demonstração do valor devido ao veículo, da sua respectiva tabela de preços, da descrição dos descontos negociados, dos correspondentes pedidos de inserção e da efetiva veiculação, sendo este último providenciado sem ônus para a Prefeitura Municipal de Cuiabá;

17.1.9.1 Na ocorrência de falha em uma programação em mídia eletrônica, as agências contratadas deverão apresentar documento do veículo com a descrição da falha e do respectivo valor a ser abatido na liquidação.

17.1.10. O comprovante de veiculação a que se refere o subitem 17.1.8 e 17.1.9 é constituído por:

17.1.10.1. revista e anuário: declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação, exemplar original e nota fiscal da gráfica responsável pela tiragem ou declaração, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a impressão.

17.1.10.2 jornal: declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação, exemplar original ou a página com o anúncio, da qual devem constar as informações sobre período ou data de circulação, nome do jornal e praça, e nota fiscal da gráfica responsável pela tiragem ou declaração, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a impressão;

17.1.10.3 demais meios: relatório de checagem de veiculação emitido por empresa independente ou por um dos seguintes documentos:

17.1.10.4 TV, Rádio e Cinema: documento usualmente emitido pelo veículo (mapa ou comprovante de veiculação ou inserção ou irradiação e similares) e declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração, local, data, e período da veiculação;

17.1.10.4.1 Como alternativa ao procedimento previsto no item "17.1.10.4", as agências contratadas poderão

apresentar documento usualmente emitido pelo veículo (mapa ou comprovante de veiculação ou inserção ou irradiação e similares) em que figure a declaração prevista na alínea "a" deste subitem, na frente ou no verso desse documento, mediante impressão eletrônica ou a carimbo, desde que essa declaração seja assinada e que esse documento "composto" contenha todas as informações previstas na alínea "a".

17.1.10.5 Mídia Exterior:

17.1.10.5.1 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 art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração;

17.1.10.5.2 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, datado e assinado, acompanhado de declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração;

17.1.10.5.3 Carro de Som: relatório de veiculação, datado e assinado, fornecido pela empresa que veiculou a peça, com relatório de GPS e fotos de todos os carros contratados, com imagem de fundo que comprove a cidade em que a ação foi realizada, acompanhado de declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração.

17.1.10.6 Internet: relatório de gerenciamento fornecido pela empresa que veiculou as peças, acompanhado do print da tela, de todo o período de veiculação.

17.2. As formas de comprovação de veiculação em mídia não previstas nos itens "17.1.10.4, 17.1.10.5 e 17.1.10.6", serão estabelecidas formalmente pela SECOM, antes da aprovação do respectivo Plano de Mídia.

17.3. Os documentos de cobrança e comprovação da execução e entrega dos serviços para a liquidação e pagamentos de despesas deverão ser encaminhados pela agência às dependências da Secretaria Municipal de Comunicação.

17.4. Qualquer atualização dos documentos comprobatórios deverá ser formalizada e encaminhada pela SECOM para as agências contratadas.

17.5. Compete ao Fiscal do contrato, a conferência dos preços de tabela de cada inserção e os descontos negociados, de que trata o artigo 15 da Lei nº 12.232/2010, por ocasião da apresentação dos respectivos Planos de Mídia pelas agências contratadas à SECOM.

17.6. Caso se constate erro ou irregularidade na documentação de cobrança e comprovação da execução e entrega dos serviços, a SECOM a seu juízo, poderá devolvê-la para as devidas correções, ou aceitá-la, com a glosa da parte que considerar indevida.

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

17.8. A SECOM não pagará nenhum acréscimo pelo adiamento do pagamento em razão de pendência no cumprimento de quaisquer cláusulas constantes do contrato.

17.9. Antes da efetivação dos pagamentos, será verificada a comprovação de regularidade das agências contratadas referente à:

17.9.1 Certificado de Regularidade de Situação do Fundo de Garantia do Tempo de Serviços – FGTS;
17.9.2 Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas – CNDT;
17.9.3 Certidão Conjunta de Regularidade com a Fazenda Federal (Quitação de Tributos e Contribuições Federais e Dívida Ativa da União da Fazenda Federal;
17.9.4 Certidões negativas de tributos estaduais emitidas pelos respectivos órgãos;
17.9.5 Certidões negativas de tributos municipais emitidas pelos respectivos órgãos.

17.10. As agências contratadas apresentarão à Secretaria Municipal de Comunicação os documentos comprobatórios de manutenção de suas condições de habilitação, sempre que próximos aos seus respectivos vencimentos.

17.11 Prazo para pagamento:

17.11.1 Os pagamentos serão realizados depois da conclusão dos serviços, por campanha, após a devida prestação de contas pela agência e atestado de conformidade realizado pelo fiscal do contrato e pela Diretoria Administrativa e Financeira de SECOM, devidamente acompanhado de Regularidade Fiscal e Trabalhista da agência contratada, obedecendo aos prazos conforme calendário estabelecido pela Secretaria Adjunta de Tesouro da Secretaria Municipal de Economia de Cuiabá.

17.11.2 De acordo com a Lei nº 12.232/2010, somente pessoas físicas ou jurídicas previamente cadastradas pelo contratante poderão fornecer às contratadas bens e serviços especializados relacionados com as atividades complementares da execução do objeto, sendo exigida sempre a apresentação pela agência contratada à Secretaria Municipal de Comunicação de três (3) orçamentos obtidos entre pessoas que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido.

17.11.3 O faturamento dos serviços de produção externa e veiculação deverão ser feitos pelos prestadores de serviços em nome da Secretaria Municipal de Comunicação da Prefeitura Municipal de Cuiabá, aos cuidados da agência contratada, por meio da qual os pagamentos serão efetuados.

17.11.4 O atesto das notas fiscais somente serão realizados mediante a comprovação do cumprimento dos documentos obrigatórios pelas agências contratadas de todas as condições pactuadas e ocorrerá em cinco dias úteis após a entrega da documentação pertinente.

17.11.5 Para efeito de contagem do prazo de atesto, a documentação recebida após as 14h00 será considerada entregue no dia útil subsequente.

17.11.6 A Prefeitura Municipal de Cuiabá não acata cobrança por meio de duplicatas ou qualquer outro título em bancos ou outras instituições do gênero.

17.11.7 A Prefeitura Municipal de Cuiabá não é obrigada a pagar nenhum compromisso, assumido pela agência contratada, que lhe venha a ser cobrado diretamente por terceiros.

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

17.11.9 A Prefeitura Municipal de Cuiabá, 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.

17.12 Haverá Critério de Reajuste, Repactuação ou Reequilíbrio?

X Sim ☐ Não

17.12.1 Se sim, especificar qual critério será adotado e de que forma?

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

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

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

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

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

17.12.1.6 O reequilíbrio econômico-financeiro ocorrerá por meio de termo aditivo e, quando em favor do contratado, dependerá de prévia solicitação e demonstração de que a(s) ocorrência(s) inviabiliza(m) a execução do contrato nos termos inicialmente ajustados, por meio de documentos pertinentes e suficientes, acompanhados das memórias de cálculo.

17.12.1.7 A solicitação será endereçada ao fiscal do contrato.

17.12.1.8 O contratante analisará o pedido de reequilíbrio econômico-financeiro e se manifestará em 25 (vinte) dias, a partir do recebimento do pedido ou dos documentos complementares, se forem requisitados. Se o reequilíbrio econômico-financeiro for admitido, será formalizado o aditivo contratual, no prazo de 5 (cinco) dias úteis.

17.12.1.9 A necessidade de reequilíbrio econômico-financeiro do contrato em favor do contratante será comunicada previamente ao contratado, de forma devidamente fundamentada e demonstrada para a pertinente manifestação e concordância, levando à extinção contratual, sem penalidades, nos casos em que não houver acordo sobre o novo valor.

17.12.1.10 Nos casos de reequilíbrio econômico-financeiro em favor do contratante, será apresentado ao contratado memória de cálculo com o decréscimo de valor, com proposição de redução do contrato, que deverá ser realizada por acordo entre as partes.

17.12.1.11 Na hipótese de não ser possível o acordo entre as partes, o contrato será rescindido, sem ônus para nenhuma das partes.

17.12.1.12 Formalizado o reequilíbrio econômico-financeiro, este produzirá efeitos retroativos à data do fato gerador, devendo, as subsequentes notas fiscais emitidas pelo contratado e os pagamentos realizados pelo contratante, observar os novos valores.

17.12.1.13 O pedido de restabelecimento do equilíbrio econômico-financeiro deverá ser formulado durante a vigência do contrato e antes de eventual prorrogação.

17.12.1.14 Caberá recurso contra a decisão do pedido de reequilíbrio econômico-financeiro, que deverá ser endereçado à autoridade que indeferiu o pedido, no prazo de 5 (cinco) dias úteis, a partir da notificação da decisão.

18. DA ELABORAÇÃO DO EDITAL

18.1 Será necessária a elaboração de edital?

X Sim ☐ Não

18.2 Rito da Seleção:

CONCORRÊNCIA

18.3 Forma da Seleção:

X Presencial ☐ Eletrônica

18.3.1 Se for selecionada a opção presencial, deve ser realizada a justificativa.

18.3.1.1 Em função do procedimento específico da Lei n.º 12.232/2010, que prevê a entrega física das propostas técnicas, inclusive de forma apócrifa e sem qualquer possibilidade de identificação do autor da proposta, devendo ser rubricada por todos os concorrentes; bem como da necessidade de julgamento dessa proposta apócrifa pela Subcomissão Técnica, a presente Concorrência deve ser obrigatoriamente presencial. Frise-se, a Lei n.º 12.232/2010 possui procedimento incompatível a forma eletrônica devendo, portanto, ser obrigatoriamente presencial.

18.3.1.2 As sessões públicas realizadas no âmbito da presente Concorrência Presencial serão registradas em ata e gravadas em áudio e vídeo, segundo exigência do § 2º do art. 17 da Lei 14.133/2021, ficando o vídeo disponível para acesso a qualquer pessoa interessada em assisti-lo nas dependências da Prefeitura Municipal de Cuiabá, endereço: Praça Alencastro, nº 158 – Centro, das 08h às 12h e das 14h às 18h, sala a ser definida pela Secretaria Municipal de Comunicação. Informações: licitacoes@cuiaba.mt.gov.br

18.4 Critério de Julgamento:

18.4.1 TÉCNICA E PREÇO

18.5 É uma contratação sob o sistema de Registro de Preços?

☐ Sim **X Não**

19. DO CREDENCIAMENTO DOS REPRESENTANTES E DA ENTREGA DOS INVÓLUCROS

19.1. Para participar do certame, o representante da licitante deverá apresentar à Comissão Especial de Licitação, documento que o credencia, acompanhado de seu documento de identidade de fé pública, no ato programado para a entrega dos invólucros com as Propostas Técnica e de Preços.

19.2. Os documentos mencionados no subitem 19.1 deverão ser fora dos Invólucros que contêm as Propostas Técnica e de Preços e comporão os autos do processo licitatório.

19.3. Cada empresa licitante poderá **credenciar apenas 01 (um) preposto** para representá-la na reunião de licitação.

19.4. Nenhum preposto poderá representar mais de uma licitante.

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

o documento original para permitir que a Comissão Especial de Licitação ateste sua autenticidade, em envelope a ser providenciado pela licitante.

19.6. Caso o preposto da licitante **não seja seu representante estatutário ou legal**, o credenciamento será feito por intermédio de procuração, mediante instrumento público ou particular, no mínimo com os poderes constantes do modelo que constitui o Anexo VI. Nesse caso, o preposto também entregará à Comissão Especial de Licitação cópia do ato que estabelece a prova de representação da empresa, em que constem os nomes e respectivas assinaturas dos sócios ou dirigentes com poderes para a constituição de mandatários, em envelope a ser providenciado pela licitante.

19.7. A licitante que não estiver devidamente representada nos termos descritos acima não terá sua participação prejudicada no certame, entretanto não poderá se manifestar formalmente.

19.8. Havendo substituição do representante credenciado no decorrer da licitação, e caso haja interesse em designar outro credenciado, a licitante deverá apresentar novos documentos de representação, nos moldes das cláusulas 16.5 e 6.6.

19.9. Caso a licitante não deseje fazer-se representar na reunião de licitação, poderá encaminhar por meio de portador – na data, hora e local indicados no preâmbulo deste Edital – os invólucros com a documentação exigida para a sua participação no certame.

19.10. Não serão recebidos invólucros enviados por via postal.

19.11. No que tange aos critérios necessários para utilização do tratamento diferenciado e favorecido previsto para as MICROEMPRESAS e EMPRESAS DE PEQUENO PORTE, além da documentação já indicada neste termo de referência, deverão apresentar, ainda, o Requerimento do Benefício de Tratamento Diferenciado, assinado por sócio ou representante legal do Licitante, solicitando valer-se do tratamento diferenciado e favorecido concedido pela Lei Complementar Federal n.º 123/2006, na forma do modelo constante no Anexo VIII, do Edital.

19.12. As Propostas Técnicas e de Preços e os Documentos de Habilitação das licitantes deverão ser entregues à Comissão Especial de Licitação em 05 (cinco) invólucros distintos e separados. Os invólucros, invólucros 1,2,3 e 4, com as Propostas Técnica e proposta de Preços, serão recebidos pela Presidente da Comissão Especial de Licitação, na data e horário a serem definidos e divulgados através de publicação do Aviso de Abertura de Licitação na Gazeta Municipal de Cuiabá - https://gazetamunicipal.cuiaba.mt.gov.br/

19.13. O recebimento e a abertura dos invólucros, bem como os demais procedimentos licitatórios, obedecerão ao disposto deste Termo de Referência, Edital e na legislação vigente.

19.14. Os invólucros com os Documentos de Habilitação, invólocro 5, serão apresentados somente pelas agências classificadas, mediante convocação através de publicação com local e horário a serem designados pela Comissão Especial de Licitação.

20. ENTREGA DE PROPOSTA TÉCNICA

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

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

20.1.1.1 Só será aceito o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada que estiver acondicionado no invólucro padronizado, fornecido pela Comissão Especial de Licitação, a ser retirado, exclusivamente, pela agência que o solicitar formalmente na Diretoria Administrativa e Financeira da SECOM, localizada no Palácio Alencastro, sede da Prefeitura Municipal de Cuiabá, situado na Praça Alencastro, nº 158 - Bairro Centro, na cidade de Cuiabá - MT, em horário comercial.

20.1.1.2 As agências poderão solicitar o involucro n.º 01, no máximo em **até 05 (cinco) dias úteis antes** da data marcada para abertura do procedimento licitatório em tela, o que deverá ser realizado **formalmente na Secretaria Especial de Licitações e Contratos**, no mesmo endereço e horário informados no item anterior.

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

20.1.1.4 O Invólucro nº 1 não poderá:

20.1.1.4.1 ter nenhuma identificação;

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

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

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

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

Invólucro nº 2
Proposta Técnica: Plano de Comunicação Publicitária - Via Identificada
Nome empresarial e CNPJ da licitante
Concorrência nº xxx/2025 – Secretaria Municipal de Comunicação – SECOM
Prefeitura Municipal de Cuiabá

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

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

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

Invólucro nº 3
Proposta Técnica: Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação
Nome empresarial e CNPJ da licitante
Concorrência nº xxx/2025 – Secretaria Municipal de Comunicação – SECOM
Prefeitura Municipal de Cuiabá

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

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

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

QUESITOS	SUBQUESITOS
1. Plano de Comunicação Publicitária	I. Raciocínio Básico
	II. Estratégia de Comunicação Publicitária
	III. Ideia Criativa
	IV. Estratégia de Mídia e Não Mídia
2. Capacidade de Atendimento	
3. Repertório	
4. Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	

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

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

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

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

20.4.2.3 conteúdos impresso em papel A4, branco, com 75 gr/m², orientação retrato;

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

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

20.4.2.6 espaçamentos simples entre as linhas e, opcionalmente, duplo após títulos e entretítulos e entre parágrafos;

20.4.2.7 alinhamentos justificado do texto;

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

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

20.4.2.10 sem identificação da licitante.

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

20.4.3.1 poderão ser editados em cores;

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

20.4.4 as páginas em que estiverem inseridos poderão ser:

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

20.4.4.2 impressas na orientação paisagem.

20.4.5 Os gráficos, quadros, tabelas ou planilhas integrantes do subquesito Estratégia de Mídia e Não Mídia poderão:

20.4.5.1 ser editados em cores;

20.4.5.2 ter fontes e tamanhos de fonte habitualmente utilizados nesses documentos;

20.4.5.3 ter qualquer tipo de formatação de margem;

20.4.5.4 ser apresentados em papel A3 dobrado.

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

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

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

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

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

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

20.4.10 Poderão ser utilizadas páginas isoladas com a finalidade de indicar o Plano de Comunicação Publicitária e seus subquesitos. Essas páginas não serão computadas no limite de página previsto.

20.4.11 A licitante deverá apresentar o Plano de Comunicação Publicitária com base no Briefing (Anexo VII deste Termo de Referência), observadas as seguintes orientações:

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

20.4.11.1.1 análise das características e especificidades da contratante e do seu papel no contexto no qual se insere;

20.4.11.1.2 diagnóstico relativo às necessidades de comunicação publicitária identificadas;

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

20.4.11.6.1 roteiro, *layout* ou *storyboard* impressos, para qualquer meio;

20.4.11.6.2 'monstro' ou *layout* eletrônico, para o meio rádio;

20.4.11.6.3 *storyboard* animado ou *animatic*, para os meios TV, cinema e internet;

20.4.11.6.4 'boneco' ou *layout* montado dos materiais de não mídia.

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

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

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

20.4.11.10 O 'monstro' ou *layout* eletrônico e o *storyboard* animado ou *animatic* deverão ser apresentados em CD, DVD ou *pen drive*, executáveis em sistema operacional *Windows*.

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

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

apresentação.

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

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

20.4.11.13.2 nos casos de "monstro" ou layout eletrônico e de storyboard animado ou animatic.

20.4.11.13.2.1 que deverão ser apresentados em CD, DVD ou pen drive, a indicação do tipo de peça deve ocorrer nos nomes dos arquivos salvos, uma vez que essas mídias devem ser apresentadas na condição original, somente com a marca do fabricante, conforme descrito anteriormente.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

20.4.11.4.4 simulações dos parâmetros de cobertura e frequência previstos no plano de mídia (para os meios em que seja possível a mensuração dessas variáveis), sob a forma de textos, tabelas, gráficos ou planilhas.

20.4.11.4.5 Todas as peças publicitárias que integrarem a relação deverão estar contempladas na Estratégia de Mídia e Não Mídia proposta.

20.4.11.4.6 O plano de mídia proposto deverá apresentar um resumo geral com informações sobre, pelo

menos:

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

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

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

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

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

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

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

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

20.4.11.4.9 Nessa simulação:

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

20.4.11.4.9.2 para os veículos de comunicação e divulgação que não atuem com tabelas de preços, mas que possam ser considerados como formas inovadoras de comunicação, a licitante deverá informar o montante de investimento proposto a ser utilizado com essas ferramentas no âmbito de sua estratégia para o alcance dos objetivos previamente estabelecidos;
20.4.11.4.9.2.1 para os fins desta licitação, a publicidade em plataformas digitais, tais como mídia programática, trading desks e redes sociais (ex. Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn e Youtube), está inserida no conceito de forma inovadora de comunicação;
20.4.11.4.9.2.2 outros veículos de comunicação e divulgação que não atuem com tabela de preços e que não sejam considerados como formas inovadoras de comunicação não devem ser incluídos na estratégia de mídia dessa simulação;

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

20.4.11.4.9.4 deverão ser desconsiderados os honorários sobre os bens e serviços especializados prestados por fornecedores.

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

20.4.11.4.9.5.1 ter a identificação da licitante; II - ser datado;

20.4.11.4.9.5.2 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.

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

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

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

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

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

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

20.4.12.2.4 sistemáticas operacional de atendimento na execução do contrato;

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

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

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

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

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

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

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

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

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

20.4.13.8 Para cada peça publicitária deverá ser apresentada ficha técnica com a indicação sucinta do problema que se propôs a resolver e a identificação da licitante e de seu cliente, título, data de produção, período de veiculação, exposição ou distribuição e, no caso de veiculação, menção de pelo menos um veículo que divulgou a peça.

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

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

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

20.4.14.2 A licitante deverá apresentar 03 (três) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, cada um com o máximo de 04 (quatro) páginas, em que serão descritas soluções publicitárias propostas pela licitante e implementadas por seus clientes, na superação de desafios de comunicação. Cada Relato:

I deverá ser elaborado pela licitante, em papel que a identifique;
II deverá contemplar nome, cargo ou função e assinatura de funcionário da licitante responsável por sua elaboração;
III não pode referir-se a ações publicitárias solicitadas ou aprovadas pela contratante, no âmbito de seus contratos com agência de propaganda;
IV deverá estar formalmente validado pelo respectivo cliente, de forma a atestar sua autenticidade.

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

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

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

I as peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD, CD ou *pen drive*, executáveis no sistema operacional *Windows*, podendo integrar o caderno específico ou ser apresentadas soltas;
II as peças gráficas poderão integrar o caderno específico, em papel A4 ou A3 dobrado, ou ser apresentadas soltas, em qualquer formado, dobradas ou não. Em todos os casos, deverá ser preservada a capacidade de leitura das peças e indicadas suas dimensões originais;
III para cada peça publicitária, deverá ser apresentada ficha técnica com a indicação sucinta do problema que se propôs a resolver.

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

21. DA COMISSÃO ESPECIAL DE LICITAÇÃO E SUBCOMISSÃO TÉCNICA

21.1 Esta Concorrência será processada e julgada pela Comissão Especial de Licitação, na forma do art. 10, da Lei Federal nº 12.232/10, com exceção da análise e julgamento das Propostas Técnicas.

21.2 As Propostas Técnicas serão analisadas e julgadas por Subcomissão Técnica, escolhida por meio de sorteio em sessão pública, designada por portaria, constituída por 03 (três) membros que sejam formados em Comunicação, Publicidade ou Marketing ou que atuem em uma dessas áreas.

21.3 Na composição da Subcomissão Técnica, pelo menos 1/3 (um terço) dos integrantes não terá vínculo funcional ou contratual com a contratante.

21.4 A escolha dos membros da Subcomissão Técnica **ocorrerá por sorteio, em sessão pública, será realizada**

em data publicada e oficializada, entre os nomes de uma relação que terá 09 (nove) integrantes, sendo 06 (seis) integrantes com vínculo com a contratante onde 02 são titulares e 04 suplentes e 03 (três) sem vínculo com a contratante onde 01 é titular e 02 são suplentes previamente cadastrados pela Prefeitura Municipal de Cuiabá, correspondendo o triplo da quantidade exigida pelo disposto no art. 10, da Lei Federal nº 12.232/2010.

21.5 Os nomes remanescentes da relação, após o sorteio dos 03 (três) membros da Subcomissão Técnica, serão sorteados para definição da ordem de suplência, podendo ser convocados em caso de impedimento ou impossibilidade de participação de algum dos titulares.

21.6 A relação de nomes será publicada na Gazeta Municipal de Cuiabá, e, portanto, em prazo não inferior a 10 (dez) dias da data em que será realizada a sessão pública marcada para o sorteio.

21.7 A relação dos nomes integrantes da relação, poderá ser impugnada por qualquer interessado, no prazo de 48 (quarenta e oito) horas antes da sessão pública destinada ao sorteio, mediante fundamentos jurídicos plausíveis, nos termos do §8º do artigo 10º da Lei 12.232/2010.
De igual forma, o membro da referida Subcomissão deverá declarar-se suspeito ou impedido, imediatamente, sempre que constatar que participa do certame agência de publicidade e/ou projeto nos quais tenha trabalhado ou participado, em respeito aos princípios da impessoalidade e da transparência no julgamento das propostas, sob pena de responsabilidade, com fulcro na Lei Federal nº 14.133/2021.

21.8 A ausência de manifestação do membro teoricamente suspeito não impede que qualquer outro participante da Subcomissão, tendo conhecimento dos fatos, possa alegá-los, a qualquer tempo.

21.9 A abstenção do impugnado ou o acolhimento da impugnação, mediante decisão fundamentada da autoridade competente, implicará, se necessário, na elaboração e na publicação de nova lista, sem o nome impugnado.

21.10 Será necessária a publicação de nova relação se o número de membros mantidos depois da impugnação restar inferior ao mínimo exigido no subitem.

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

21.12 A sessão pública para o sorteio será realizada em data previamente designada, garantidos o cumprimento do prazo mínimo e a possibilidade de fiscalização do sorteio por qualquer interessado.

21.13 Não tendo havido qualquer impugnação, os profissionais que compuseram a relação publicada na imprensa oficial foram sorteados e passaram a compor a Subcomissão Técnica, que realizará a avaliação e a pontuação das Propostas Técnicas a serem apresentadas neste certame.

21.14 Além das demais atribuições previstas neste Termo de Referência, caberá à Subcomissão Técnica, quando solicitado pela Comissão, manifestar-se sobre eventuais recursos de licitantes relativos ao julgamento das Propostas Técnicas.

21.15 Para composição da Subcomissão Técnica, a Comissão Especial de Licitação solicitará a comprovação dos requisitos de qualificação dos possíveis membros da Subcomissão Técnica.

21.16 O sorteio será processado pela Comissão Especial de Licitação, de modo que garantirá o preenchimento das vagas da Subcomissão Técnica, de acordo com a proporcionalidade do número de membros com vínculo ou não com a contratante.

21.17 A Comissão Especial de Licitação e a Subcomissão Técnica cuidarão para que a interpretação e aplicação das regras busquem atingir as finalidades da licitação e, conforme o caso, poderão relevar aspectos puramente formais nos Documentos de Habilitação e nas Propostas das licitantes, desde que não comprometam a lisura e o caráter competitivo desta concorrência e contribuam para assegurar a contratação da proposta mais vantajosa, nos termos do art. 5º, *caput*, da Lei Federal nº 14.133/2021.

22. DO JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

22.1 O processamento e o julgamento da licitação obedecerão ao procedimento do Artigo 11º, da Lei Federal nº 12.232/2010. O critério de julgamento para a classificação das licitantes será o de "Técnica e Preço", nos termos do Artigo 5º, da Lei Federal nº 12.232/2010 e dos Artigos 33, 34 e 35 da Lei Federal nº 14.133/2021, estabelecido o peso 70 para a Proposta Técnica e o peso 30 para a Proposta de Preços.

22.2 A Subcomissão Técnica, designada por meio de **Portaria publicada na Gazeta Municipal de Cuiabá,** analisará de forma individual as Propostas Técnicas das licitantes quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Termo de Referência e no Edital.

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

22.4 Quesito 1 - Plano de Comunicação Publicitária:

22.4.1 Subquesito 1 - Raciocínio Básico

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

22.4.2 Subquesito 2 - Estratégia de Comunicação Publicitária

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

22.4.3 Subquesito 3 - Ideia Criativa

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

22.4.4 Subquesito 4 - Estratégia de Mídia e Não Mídia

a) a adequação da Estratégia de Mídia e Não Mídia com as características da ação publicitária, com a verba referencial para investimento e com o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing;
b) a consistência técnica demonstrada na proposição e defesa da estratégia, da tática e do plano de

mídia;

c) a consistência do conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de públicos-alvo da campanha publicitária;
d) a adequação da proposta no uso dos recursos próprios de comunicação da contratante e seu alinhamento com a Estratégia de Mídia e Não Mídia;
e) o grau de eficiência e a economicidade na utilização da verba referencial para investimento, demonstrados na simulação dos parâmetros de cobertura e frequência.

22.4.5 Quesito 2 - Capacidade de Atendimento

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

22.4.6 Quesito 3 - Repertório

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

22.4.7 Quesito 4 - Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

a) a evidência de planejamento estratégico por parte da licitante na proposição da solução publicitária;
b) a demonstração de que a solução publicitária contribuiu para o alcance dos objetivos de comunicação do cliente;
c) a complexidade do desafio de comunicação apresentado no Relato e a relevância dos resultados obtidos;
d) o encadeamento lógico da exposição do Relato pela licitante.

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

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

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

QUESITOS		PONTUAÇÃO MÁXIMA
1.	**Plano de Comunicação Publicitária**	**55**
SUB QUESITOS	I. Raciocínio Básico	5
	II. Estratégia de Comunicação Publicitária	20
	III. Ideia Criativa	20
	IV. Estratégia de Mídia e Não Mídia	10
2.	**Capacidade de Atendimento**	**25**
3.	**Repertório**	**10**
4.	**Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação**	**10**
PONTUAÇÃO TOTAL		**100**

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

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

22.10 A Subcomissão Técnica reavaliará a pontuação atribuída a um quesito ou subquesito sempre que a diferença entre a maior e a menor pontuação for superior a 20% (vinte por cento) da pontuação máxima do quesito ou do subquesito, com o fim de restabelecer o equilíbrio das pontuações atribuídas, em conformidade com os critérios objetivos previstos neste Edital e no Termo de Referência.

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

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

a) apresentar qualquer informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que possiblite a identificação da autoria do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, antes da abertura do Invólucro nº 2;
b) não alcançar, no total, 70 (setenta) pontos;
c) obtiver pontuação zero em qualquer um dos quesitos ou subquesitos.

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

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

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

23. DA ENTREGA DA PROPOSTA DE PREÇOS

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

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

Invólucro nº 4
Proposta de Preços
Nome empresarial e CNPJ da licitante
Concorrência **nº xxx/2025** – Secretaria Municipal de Comunicação
Prefeitura Municipal de Cuiabá

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

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

23.5 O prazo de validade da Proposta de Preços deverá ser de 120 (cento e vinte) dias corridos, contados de sua apresentação.

23.6 Caso o prazo de validade da proposta preços previsto no item 23.5 venha a expirar até a data de realização da sessão de abertura dos invólucros com as Propostas de Preços, a Comissão Especial de Licitação poderá realizar diligências necessárias à resolução da mencionada falta, nos termos do § 2º, do art. 59, da Lei Federal nº 14.133/2021, como forma de prorrogar validade da proposta vencida.

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

24. DO JULGAMENTO DAS PROPOSTAS DE PREÇOS

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

24.2 As Propostas de Preços das licitantes classificadas no julgamento das Propostas Técnicas serão analisadas quanto ao atendimento das condições estabelecidas no Edital.

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

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

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

PORCENTAGEM (Desconto sobre Custos Internos)	PONTUAÇÃO
Igual ou superior a 50%	50 Pontos
Superior a 34% e inferior a 50%	40 Pontos
Superior a 29% e igual ou inferior a 34%	30 Pontos
Igual ou superior a 25% e igual ou inferior a 29%	20 Pontos
Abaixo de 25%	10 Pontos

24.6 Os **honorários** sobre o preço faturado pelos fornecedores de **produção, pesquisa e sobre investimento aplicado em plataformas digitais** também é item de pontuação:

PORCENTAGEM	PONTUAÇÃO
Até 5% (inclusive)	50 Pontos
Superior a 5% e igual ou inferior a 7%	40 Pontos
Superior a 7% e igual ou inferior a 10%	30 Pontos
Superior a 10% e igual ou inferior a 13%	20 Pontos
Superior a 13% e igual ou inferior a 15%	10 Pontos
Superior a 15%	0 Pontos

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

NPP = D1 + D2

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

25. DO JULGAMENTO FINAL DAS PROPOSTAS TÉCNICAS E DE PREÇOS

25.1 A pontuação final será obtida por meio de média aritmética ponderada, observando os pesos definidos

para as duas notas finais (Nota da Proposta Técnica e Nota da Proposta de Preços), conforme a fórmula abaixo:

$$NFG = \frac{(NPT \times 7) + (NPP \times 3)}{7+3}$$

NFG – Nota Final Geral
NPT – Nota da Proposta Técnica
7 – peso 70 estabelecido à nota da Proposta Técnica NPP – Nota da Proposta de Preços
3 – peso 30 estabelecido à nota da Proposta de Preços

25.2 Havendo empate, o desempate se dará por meio da atribuição da maior nota aos quesitos da Proposta Técnica, na seguinte ordem:

1. Estratégia de Comunicação Publicitária;
2. Ideia Criativa;
3. Raciocínio Básico;
4. Estratégia de Mídia e Não Mídia.

25.3 Após a utilização do critério de desempate, persistindo o empate, a decisão será feita mediante sorteio.

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

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

25.6 Serão vencedoras desta concorrência 05 (cinco) licitantes que mantiverem as condições de participação estabelecidas anteriormente e que:

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

26. DA ENTREGA DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

26.1 Os Documentos de Habilitação 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, a qual será publicada posteriormente.

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

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

Invólucro nº 5
Documentos de Habilitação
Nome empresarial e CNPJ da licitante
Concorrência **nº xxx/2025** – Secretaria Municipal de Comunicação
Prefeitura Municipal de Cuiabá

26.4 O Invólucro nº 5 deverá ser providenciado pela licitante e poderá ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até sua abertura.

27. DA APRESENTAÇÃO DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

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

I - em via original; ou
II - sob a forma de publicação em órgão da imprensa oficial; ou
III - em cópia autenticada por cartório competente, quando a lei assim o exigir ou por certidões expedidas por sistemas mantidos pela Administração Pública; ou
IV - em cópia não autenticada, desde que seja exibida a via original, para conferência pela Comissão Permanente de Licitação, no ato de abertura dos Documentos de Habilitação.

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

27.3 Só serão aceitas cópias legíveis, que ofereçam condições de análise por parte da Comissão Permanente de Licitação.

27.4 Como condição prévia ao exame da documentação de habilitação da Licitante detentora da proposta classificada em primeiro lugar, o (a) Presidente da Comissão verificará o eventual descumprimento das condições de participação, especialmente quanto à existência de sanção que impeça a participação no certame ou a futura contratação, mediante a consulta aos seguintes cadastros:

27.4.1 Cadastro Nacional de Empresas Inidôneas e Suspensas – CEIS, mantido pela Controladoria-Geral da União (www.portaldatransparencia.gov.br/ceis) e pela Controladoria Geral do Estado de Mato Grosso (http://www.controladoria.mt.gov.br/ceis)

27.4.2 Cadastro Nacional de Condenações Cíveis por Atos de Improbidade Administrativa, mantido pelo Conselho Nacional de Justiça (www.cnj.jus.br/improbidade_adm/consultar_requerido.php)

27.4.3 Lista de Inidôneos, mantida pelo Tribunal de Contas da União – TCU

27.4.4 Lista de Inidôneos, mantida pelo Tribunal de Contas do Estado de Mato Grosso – TCE/MT

27.4.5 A consulta aos cadastros será realizada em nome da empresa Licitante e também de seu sócio majoritário, por força do artigo 12, da Lei Federal n° 8.429/92, que prevê, dentre as sanções impostas ao responsável pela prática de ato de improbidade administrativa, a proibição de contratar com o Poder Público, inclusive por intermédio de pessoa jurídica da qual seja sócio majoritário.

27.4.6 Constatada a existência de sanção, a Comissão Especial de Licitação - CEL reputará inabilitada a Licitante, por falta de condição de participação.

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

27.5.1 **Habilitação Jurídica**

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

a1) os documentos mencionados na alínea 'a' deverão estar acompanhados de suas alterações

ou da respectiva consolidação, devendo constar, entre os objetivos sociais, a execução de atividades da mesma natureza ou compatível com o objeto desta concorrência;

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

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

d) registro comercial, em caso de empresa individual.

27.5.2 **Habilitação Fiscal e Trabalhista**

a) Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica - CNPJ;
b) prova de inscrição no Cadastro de Contribuintes Estadual ou Municipal, se exigível, relativa ao domicílio ou sede da licitante, pertinente ao seu ramo de atividade e compatível com o objeto desta concorrência;

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

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

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

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

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

27.5.2.2 Serão aceitas certidões positivas com efeito de negativa.

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

27.5.3 **Qualificação Técnica**

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

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

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

b2) o documento obtido no site do CENP ou da entidade equivalente terá sua validade verificada pela Comissão Especial de Licitação.

27.5.4 **Qualificação Econômico-financeira**

a) Certidão Negativa de falência e de recuperação judicial ou extrajudicial expedida pelo distribuidor da sede fiscal da licitante, dentro do prazo de validade;
a1) caso não conste prazo de validade, será aceita a certidão emitida em até 60 (sessenta) dias corridos, antes da data de apresentação dos Documentos de Habilitação;
a2) no caso de praças com mais de um cartório distribuidor, deverão ser apresentadas as certidões de cada distribuidor;

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

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

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

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

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

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

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

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

a) termo de autenticação com a identificação do autenticador;
b) balanço patrimonial e demonstrações contábeis;
c) termo de abertura e encerramento;
d) requerimento de autenticação de Livro Digital;
e) recibo de entrega de Escrituração Contábil Digital.

c) As sociedades constituídas no exercício em curso ou com menos de um ano de existência deverão apresentar balanço conforme abaixo discriminado, com a assinatura do sócio-gerente e do Contador ou outro profissional equivalente, devidamente registrado no respectivo conselho de classe

profissional e autenticado no órgão de Registro do Comércio da sede ou do domicílio da licitante:

a) balanço de abertura, no caso de sociedades sem movimentação;
b) balanço intermediário, no caso de sociedades com movimentação.

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

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

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

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

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

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

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

27.5.4.2 Os índices serão calculados pela licitante e confirmados pelo responsável por sua contabilidade, contador ou outro profissional equivalente, mediante sua assinatura e indicação de seu nome e registro no respectivo conselho de classe profissional.

27.5.4.3 A licitante que apresentar resultado igual ou menor que 01 (um), no cálculo de quaisquer dos índices referidos, ou menor que 01 (um), no cálculo do índice referido na alínea 'b', para ser considerada habilitada no quesito Qualificação Econômico-financeira, deverá incluir, no Invólucro nº 5, comprovante de que possui, no mínimo, patrimônio líquido equivalente a R$ 1.500.000,00 (Um milhão e quinhentos mil reais).

27.5.4.4 Licitante também deverá incluir no invólucro n.° 5, as Declarações afirmando:

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

27.5.4.5 Todos os documentos deverão estar em nome da licitante. Se a licitante for matriz, os documentos deverão estar com o número do CNPJ da matriz. Se for filial, os documentos deverão estar com o número do CNPJ da filial, salvo aqueles que, por sua natureza, comprovadamente, são emitidos em nome da matriz.

28. DA ANÁLISE DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

28.1 A Comissão Especial de Licitação analisará os Documentos de Habilitação das licitantes classificadas no julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços, desde que cumpridas as condições de participação, e julgará habilitadas as que atenderem integralmente aos requisitos de habilitação exigidos no Edital.

28.2 Se nenhuma licitante restar habilitada, a Comissão Especial de Licitação reabrirá a fase de Habilitação, com nova convocação de todas as licitantes classificadas, para reapresentarem os respectivos documentos, no

prazo de 10 (dez) dias úteis, em atenção aos princípios da eficiência e da economicidade, mantidas, neste caso, todas as condições preestabelecidas.

28.3 Qual será a regra da subcontratação?

NÃO

28.4 Se vedada a subcontratação, qual a justificativa?

28.4.1 As agências não poderão subcontratar outra agência de propaganda para a execução dos serviços. Embora a Lei 14.133/2021 permita a subcontratação parcial de obras, serviços ou fornecimentos, a proibição da subcontratação total de serviços de publicidade é uma especificidade que visa garantir a qualidade e a responsabilidade da agência contratada. As agências contratadas são responsáveis pela execução intelectual e pela entrega final do serviço, não podendo transformar-se em mera intermediária ou administradora de contratos.

28.5 Quanto à participação de empresas reunidas em consórcio, será vedada?

☐ **X Sim** ☐ Não

28.5.1 Se vedada, qual a justificativa?

28.5.1.1 É vedada a participação de consórcios. Essa decisão é um resultado de um processo de avaliação do mercado, em razão do objeto a ser licitado e ponderação dos riscos inerente à atuação de uma pluralidade de sujeitos associados para execução do objeto, visando ao atendimento ao interesse público. A ausência de consórcio não trará prejuízos à competividade do certame, para o caso concreto em análise, que visa exatamente afastar a restrição à competição, uma vez que no mercado existem diversas empresas com capacidade para fornecer o objeto deste termo de referência.

28.6 Condições de Recebimento:

28.6.1 Prestação de Serviço Continuada – Entrega conforme prazo acordado a época da demanda.

29. ESTIMATIVA DE VALOR

29.1 O valor anual estimado para a contratação das agências de publicidade é de **até R$ 40.000.000,00 (quarenta milhões de reais)**, considerando um prazo inicial de vigência de 12 (doze) meses, prorrogável por iguais e sucessivos períodos, nos termos do art. 107, inciso II, da Lei nº 14.133/2021, até o limite legal de 120 (cento e vinte) meses.

29.2 A estipulação de vigência contratual de até 10 (dez) anos revela-se justificável e vantajosa à Administração Pública, tendo em vista que os serviços de publicidade exigem planejamento estratégico contínuo, em conformidade com as políticas públicas e as diretrizes institucionais do Município. A manutenção de um mesmo contrato por período prolongado proporciona maior estabilidade na execução das campanhas, padronização da identidade visual institucional e redução dos custos operacionais decorrentes da realização de sucessivos certames licitatórios.

29.3 Sob o aspecto econômico-financeiro, a previsão de vigência de até 10 anos mostra-se benéfica ao erário, pois evita a onerosidade administrativa associada à realização frequente de novas licitações, reduzindo despesas com comissões, publicações, trâmites processuais e eventuais recursos. Ademais, possibilita o melhor aproveitamento dos investimentos iniciais realizados pela agência contratada, especialmente em infraestrutura tecnológica, capacitação de equipe e desenvolvimento de estratégias de comunicação, resultando em maior eficiência e diminuição de custos indiretos ao longo da execução contratual. Essa continuidade favorece ainda a melhoria da relação custo-benefício, uma vez que o conhecimento acumulado sobre as demandas municipais e a curva de aprendizado contribuem para elevar a produtividade e a qualidade

dos serviços prestados.

29.4 Além disso, a execução de ações de comunicação de interesse público requer planejamento de médio e longo prazo, notadamente em áreas sensíveis como saúde, educação, meio ambiente e mobilidade urbana, cujas campanhas demandam continuidade e coerência nas mensagens para alcançar resultados efetivos junto à população.

29.5 Cumpre destacar que a previsão de vigência de até 10 anos não implica obrigatoriedade de manutenção do contrato durante todo o período, permanecendo a Administração resguardada pela prerrogativa de rescisão antecipada, conforme a legislação vigente, caso cesse o interesse público ou surja necessidade de adequação contratual.

29.6 Dessa forma, o prazo estabelecido observa os princípios da eficiência, economicidade, planejamento e continuidade do serviço público, atendendo ao interesse público e às boas práticas de gestão contratual preconizadas pela Nova Lei de Licitações e Contratos Administrativos.

29.7 Ressalta-se, por fim, que a Prefeitura Municipal de Cuiabá **se reserva o direito de utilizar integral ou parcialmente os recursos previstos, conforme as necessidades e conveniências da Administração**, bem como de acordo com o planejamento e a execução das campanhas institucionais.

30. FONTE DE RECURSO

PREVISÃO ORÇAMENTÁRIA
A AQUISIÇÃO DOS ITENS É ORIUNDA DE VERBA DE CONVÊNIO: NÃO
Unidade Orçamentária: 17.101 – SECRETARIA MUNICIPAL DE COMUNICAÇÃO
Programa: 0020
Projeto Atividade: 2009
Fonte: 500
Nat. Despesa / Elemento de Despesas: 33.90 – 39.00

31. FISCALIZAÇÃO E GESTÃO CONTRATUAL

31.1 Caberá a Secretária Municipal de Comunicação designar a equipe de fiscalização por meio de Portaria, que será publicada na Gazeta Municipal de Cuiabá, conforme prevê o Artigo 117, caput, da Lei nº 14.133/21.

31.2 A gestão do contrato pretendido com as agências de publicidade será realizada pela Secretaria Municipal de Comunicação em subordinação à Diretoria Administrativa e Financeira.

31.3 A gestão e fiscalização do contrato em nada restringirão a responsabilidade das agências contratadas pela execução dos serviços.

31.4 As agências contratadas permitirão e oferecerão condições para a mais ampla e completa fiscalização, gestão e instrução documental, do contrato, fornecendo informações, relatórios, em documentos padronizados pela Secretaria Municipal de Comunicação, propiciando o acesso à documentação pertinente e aos serviços em execução e atendendo às observações e às exigências apresentadas pela fiscalização.

31.5 As agências contratadas se obrigarão a permitir que a auditoria interna da Prefeitura Municipal de Cuiabá ou auditoria externa por este indicada tenham acesso a todos os documentos que digam respeito à execução

do contrato firmado.

31.6 Serão anotadas registradas todas as ocorrências relacionadas com a execução contratual, cabendo às agências contratadas atenderem, no prazo estipulado pela Secretaria Municipal de Comunicação às determinações para regularização das faltas ou defeitos observados.

31.7 A Secretaria Municipal de Comunicação realizará, anualmente, avaliação da qualidade do atendimento, do nível técnico dos trabalhos, dos resultados concretos dos esforços de comunicação sugeridos pelas agências contratadas.

31.8 Sem prejuízo de outras finalidades com objetivo semelhante ou complementar, a avaliação semestral será considerada instrumento para:

I - solicitar às agências contratadas a melhora da qualidade dos serviços prestados;
II – subsidiar decisão sobre prorrogação e rescisão contratual;
III – subsidiar declaração sobre desempenho das agências contratadas.

32. DISPOSIÇÕES FINAIS E ANEXOS

32.1 Poderá participar do processo licitatório, a agência de publicidade que atender às condições descritas no ANEXO I, Qualificação Requirida, e apresentar os documentos nele exigidos.

32.2 Não poderão participar da licitação as empresas que se encontrem sob processo de falência, concordata, concurso de credores, dissolução, liquidação ou em regime de consórcio; empresas estrangeiras que não funcionem no País, nem aquelas que tenham sido declaradas inidôneas para licitar ou contratar com a Administração Pública ou empresa suspensa de contratar com Órgãos e Entidades da Administração Direta ou Indireta e dos demais poderes da União, Estados, Municípios ou Distrito Federal, enquanto perdurarem os motivos da punição ou até que seja promovida a reabilitação perante a própria autoridade que aplicou a penalidade.

32.3 Nenhuma licitante poderá participar com mais de uma proposta.

32.4 É vedada a participação da agência de publicidade cujos sócios, controladores, dirigentes, administradores, gerentes ou empregados integrem a Subcomissão Técnica ou tenham qualquer vínculo profissional com a Prefeitura Municipal de Cuiabá.

32.5 Admitida a impugnação, o impugnado terá o direito de abster-se de atuar na Subcomissão Técnica, declarando- se impedido ou suspeito, antes da decisão da autoridade competente, nos termos do artigo 10, § 6º, da Lei Federal nº 12.232/2010;

32.6 De igual forma, o membro da Subcomissão deverá declarar-se suspeito ou impedido, imediatamente, sempre que constatar que participa do certame agência de publicidade e/ou projeto nos quais tenha trabalhado ou participado, em respeito aos princípios da impessoalidade e da transparência no julgamento das propostas, sob pena de responsabilidade, nos termos da Lei de Licitações e Contratos. A ausência de manifestação do membro teoricamente suspeito não impede que qualquer outro participante da subcomissão, tendo conhecimento dos fatos, possa alegá-los, a qualquer tempo.

32.7 É facultada à Comissão Especial de Licitação, em qualquer fase desta concorrência, a promoção de diligência destinada a esclarecer ou complementar a instrução do processo licitatório, vedada a inclusão posterior de documento ou informação que deveria constar originalmente das Propostas Técnica e de Preços ou dos Documentos de Habilitação.

32.8 A Comissão Especial de Licitação, por solicitação expressa da Subcomissão Técnica, poderá proceder à

vistoria da infraestrutura que as agências apresentaram nas Propostas Técnicas (quesito Capacidade de Atendimento), que estarão à disposição do contratante para a execução do contrato.

32.9 A Comissão Especial de Licitação deverá adotar os cuidados necessários para preservar o sigilo quanto à autoria do Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada, até a abertura do Invólucro nº 2.

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

32.11 É vedada a utilização de qualquer elemento, critério ou fato sigiloso, secreto ou reservado que possa, ainda que indiretamente, elidir o princípio da igualdade entre as licitantes. Se houver indícios de conluio entre as licitantes ou de qualquer outro ato de má-fé, o contratante comunicará os fatos verificados aos órgãos e instituições competentes para que sejam tomadas as providências devidas.

32.12 É proibido a qualquer licitante tentar impedir o curso normal do processo licitatório mediante a utilização de recursos ou de meios meramente protelatórios, sujeitando-se a autora às sanções legais e administrativas aplicáveis, conforme dispõe o artigo 337-I, do Capítulo II-B, da Lei Federal nº 14.133/2021.

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

32.14 Mediante parecer escrito e devidamente fundamentado, a concorrência será anulada se ocorrer ilegalidade em seu processamento e poderá ser revogada, em qualquer de suas fases, por razões de interesse público decorrente de fato superveniente devidamente comprovado, pertinente e suficiente para justificar tal conduta.

32.15 A nulidade do procedimento licitatório induz à do contrato, sem prejuízo do disposto no parágrafo único do artigo 148, da Lei Federal nº 14.133/2021.

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

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

32.18 Correrão por conta do contratante as despesas que incidirem sobre a formalização do contrato, incluídas as decorrentes de sua publicação, que deverá ser efetivada em extrato, na Gazeta Municipal de Cuiabá, na forma prevista no parágrafo único do artigo 91, da Lei Federal nº 14.133/2021.

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

32.20 Integram este Termo de Referência os seguintes Anexos:

a) Anexo I: Qualificação Requerida
b) Anexo II: Portaria de Seleção Interna
c) Anexo III: Procedimento de Seleção Interna das Agências de Publicidade
d) Anexo IV: Tabela de Custos Internos (SINAPRO-MT)
e) Anexo V: Modelo de Proposta de Preços

f) Anexo VI: Modelo de Carta de Credenciamento
g) Anexo VII: Declarações
h) Anexo VIII: Declaração Para Microempresas E Empresas De Pequeno Porte
i) Anexo IX: Briefing

33. RESPONSÁVEL PELA ELABORAÇÃO

Fernanda Pereira Simeone Borges de Figueiredo
Diretora Administrativa e Financeira
Matrícula: 4928160
fernanda.simeone@cuiaba.mt.gov.br

34. RESPONSÁVEL PELA APROVAÇÃO

Cuiabá - MT, 24 de novembro de 2025.

Ana Karla Ataide Aires Costa Perdigão
Secretária Municipal de Comunicação

ANEXO I DO TERMO DE REFERÊNCIA - QUALIFICAÇÃO REQUERIDA

01 – QUALIFICAÇÃO TÉCNICA

Estarão aptas a participar do certame as empresas que apresentarem as documentações exigidas por lei em licitações, devendo estar legalmente constituída, com atividades reguladas pela Lei nº 4.680/1965 e detentora de certificado de qualificação técnica de funcionamento, conforme previsto no artigo 4º da Lei nº 12.232/2010, como as dispostas no Artigo 62, da Lei nº 14.133/2021, e também:

I – apresentarem o certificado de qualificação técnica de funcionamento de que trata a Lei Federal nº 12.232/2010, Artigo 4 e seu parágrafo primeiro, obtido perante o Conselho Executivo das Normas-Padrão (CENP);

II – declaração(ões) expedida(s) por pessoa(s) jurídica(s) de direito público ou privado, que ateste(m) que a licitante presta(ou) ao declarante(s) serviço de publicidade, cujas atividades sejam compatíveis com os do objeto desta concorrência, representados, no mínimo, pelas atividades descritas como "objeto" neste Termo de Referência.

Equipe técnica mínima obritatória, conforme item 7.1.4 do TR

02 – CAPACIDADE DE ATENDIMENTO

Para comprovar a capacidade de atendimento às necessidades de serviços solicitados pelo Prefeitura Municipal de Cuiabá, as empresas devem apresentar:

I – A relação nominal dos seus principais clientes na data da apresentação das Propostas, com a especificação do início de atendimento de cada um deles;

II – A quantificação e a qualificação dos profissionais que poderão ser colocados à disposição da execução do contrato, discriminando-se as áreas de estudo e planejamento, criação, mídias sociais, produção de rádio, TV, cinema, internet, produção gráfica, mídia e atendimento;

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

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

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

IV – 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;

V – As informações de marketing e comunicação, as pesquisas de audiência e a auditoria de circulação e controle de mídia que colocará regularmente à disposição da Prefeitura Municipal de Cuiabá, sem ônus adicionais, na vigência do contrato;

03 - REPERTÓRIO

Para comprovação de curriculum no mercado publicitário, as empresas deverão apresentar um conjunto de trabalhos, concebido e veiculado/exposto, sob a forma de peças e respectivas memórias técnicas, nas quais se incluirá indicação sucinta do problema que a peça se propôs a resolver, obedecendo aos seguintes critérios:

I – Poderão ser apresentadas 10 (dez) peças e/ou material, independentemente do seu tipo ou

característica e da forma de sua veiculação, exposição ou distribuição, observado o seguinte:

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

b) As peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD ou CD, executáveis no sistema operacional Windows, podendo integrar o caderno específico ou ser apresentados separadamente (soltos);

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

II – As peças e/ou material não podem se referir a ações executadas no âmbito de contratos de prestação de serviços de publicidade de que a Prefeitura Municipal de Cuiabá seja ou tenha sido signatário;

III – Para cada peça e/ou material previsto, deverá ser apresentada ficha técnica com a indicação sucinta dos problemas que se propôs a resolver e a identificação da licitante e de seu cliente, além do título, data de produção, período de veiculação, exposição e/ou distribuição e, no caso de veiculação, menção de pelo menos um veículo que divulgou cada peça.

ANEXO II DO TERMO DE REFERÊNCIA - PORTARIA DE SELEÇÃO INTERNA

CONCORRÊNCIA Nº ___/2025
PREFEITURA MUNICIPAL DE CUIABÁ/MT
SECRETARIA MUNICIPAL DE COMUNICAÇÃO - SECOM

PROCEDIMENTO DE SELEÇÃO INTERNA ENTRE AGÊNCIAS DE PUBLICIDADE CONTRATADAS PELA ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA PARA ATENDIMENTO DO DISPOSTO NO PARÁGRAFO 4º DO ART. 2º DA LEI 12.232/2010

A PREFEITURA MUNICIPAL DE CUIABÁ – MT, e através de sua Secretaria Municipal de Comunicação, no uso de suas atribuições legais e em observância do disposto no parágrafo 4º do art. 2º da Lei 12.232, de 29 de abril de 2010, RESOLVE:

A Sra. **Ana Karla Ataide Aires Costa Perdigão,** no uso de suas atribuições e prerrogativas como Secretária Municipal de Comunicação da Prefeitura Municipal de Cuiabá, que lhes são conferidas pelo Ato nº. 07/2025, Gazeta Municipal de Cuiabá. nº. 1023 - Suplementar, de 02 de janeiro de 2025, em observância ao disposto no § 4º do art. 2º da Lei nº. 12.232, de 29 de abril de 2010,

Resolve:

Art. 1º. Fica aprovado o procedimento de Seleção Interna das Agências de Publicidade constante do Anexo VII, que disciplina, no âmbito deste órgão público, a seleção interna das agências contratadas para a execução das ações de publicidade da Prefeitura Municipal de Cuiabá.

Art. 2º. A execução dos contratos de publicidade será realizada em função dos recursos estimados, conforme a metodologia adotada neste procedimento e em sintonia com os princípios da economicidade, da eficiência e da razoabilidade.

Art. 3º. As disposições deste procedimento deverão ser observadas por todos os servidores deste Órgão, na prática dos atos por ele disciplinados, na execução dos contratos firmados com as Agências de Publicidade contratadas.

Art. 4º. Esta Portaria entra em vigor na data de sua publicação.

Art. 5º. Revogam-se as disposições em sentido contrário.

Ana Karla Ataide Aires Costa Perdigão
Secretária Municipal de Comunicação

ANEXO III DO TERMO DE REFERÊNCIA - PROCEDIMENTO DE SELEÇÃO INTERNA DAS AGÊNCIAS DE PUBLICIDADE

1. Em cumprimento ao disposto no art. 2º, § 4º da Lei 12.232/2010, fica instituído procedimento de seleção interna entre as agências de propaganda contratadas pela Secretaria Municipal de Comunicação da Prefeitura Municipal de Cuiabá para prestação de serviços de publicidade institucional e de utilidade pública de interesse deste órgão.

1.1. A seleção interna das agências contratadas será feita em função dos custos estimados para sua realização, de acordo com a metodologia adotada neste procedimento e em observância com os princípios da economicidade, da eficiência e da razoabilidade.

2. Para os fins deste procedimento, considera-se:

I. Seleção Nível 1: o procedimento de escolha de agência para a execução de ação publicitária com custo estimado em até R$ 1.000.000,00 (um milhão de reais).
II. Seleção Nível 2: o procedimento de escolha de agência (s) para a execução de ação publicitária com custo estimado de R$ 1.000.001,00 (um milhão e um real) até R$ 2.000.000,00 (dois milhões de reais);
III. Seleção Nível 3: o procedimento de seleção de agência para a execução de ação publicitária com custo estimado superior a R$ 2.000.000,00 (dois milhões de reais).

3. A Seleção Nível 1 será feita pela Secretária Municipal de Comunicação, mediante a aplicação de um dos critérios abaixo:

I. Escolha da agência que já executou ação publicitária similar, no âmbito do contrato (familiaridade da agência com o tema);
II. Escolha da agência que estiver em melhores condições para desenvolver a ação;
III. Reaproveitamento de linha criativa desenvolvida pela agência.

3.1. A Secretária Municipal de Comunicação consignará no procedimento de seleção o critério em que se apoiou para sua decisão.

4. Seleção Nível 2 será feita mediante aplicação dos procedimentos previstos nos subitens 4.1 a 4.5.

4.1. A Secretária Municipal de Comunicação solicitará às agências que apresentem, na data indicada, o desenvolvimento da Ideia Criativa, com base no *briefing* fornecido, a qual será avaliada pela Secretaria Municipal de Comunicação quanto à adequação da proposta ao *briefing*, à interpretação favorável ao conceito da campanha, e a originalidade e simplicidade da forma e dos elementos.

4.2. As propostas apresentadas serão analisadas pela Secretária Municipal de Comunicação, que indicará a proposta considerada adequada para atendimento da necessidade de comunicação, quanto ao desenvolvimento da ação.

4.3. Caso nenhuma das propostas seja considerada adequada, a Secretária Municipal de Comunicação determinará às agências que apresentem nova proposta.

4.4. As agências tomarão conhecimento do resultado da Seleção Nível 2 por comunicado formal da Secretária Municipal de Comunicação.

4.5. A Secretária Municipal de Comunicação poderá dispensar o procedimento de Seleção Nível 2 nos casos de:

a) Ação publicitária que decorra de proposta de iniciativa de uma das agências contratadas;

b) Reaproveitamento de linha criativa aprovada anteriormente em procedimento de Seleção nível 2;

c) Situações peculiares que requeiram urgência na realização da ação de comunicação, a exemplo das que possam causar prejuízo à segurança ou à saúde de pessoas.

d) Ação publicitária com linha criativa proposta por iniciativa de órgão ou entidade integrante do Poder Executivo Estadual ou de terceiros, mediante doação dos direitos de autor sobre a criação.

5. A Seleção Nível 3 será feita mediante aplicação dos procedimentos previstos nos subitens 5.1 a 5.11.

5.1. Será elaborado *briefing* de comunicação, assinado pelo Diretor Técnico de Publicidade e, que constituirá o instrumento de convocação e conterá todos os subsídios para que as agências possam elaborar sua proposta de solução para as necessidades de comunicação, em igualdade de condições de participação.

5.2. Será fornecida, mediante recibo, cópia do *briefing* de comunicação às agências, em reunião previamente convocada para repassar as informações necessárias à concepção e formulação das propostas, com definição da dinâmica de sua apresentação, tais como: participantes, quantidade de propostas por agência, forma, tempo e ordem de apresentação, bem como documentos e ou dados complementares para subsidiar a análise e avaliação das propostas.

5.3. O Gabinete da Secretária Municipal de Comunicação designará data para que as agências apresentem suas propostas de solução criativa e/ou de mídia, as quais serão juntadas aos autos no formato A4.

5.4. A análise técnica das propostas das agências será feita por Comissão de Avaliação, que deverá ser composta pela Secretária Municipal de Comunicação, por 01 (um) Assessor Especial da Unidade de Assessoria da SECOM e pelo Diretor Técnico de Marketing e Publicidade, podendo contar ainda com a participação de outros servidores dessa Secretaria ou de representantes do órgão ou entidade demandante, quando for o caso.

5.5. A Comissão de Avaliação analisará as propostas com base nos critérios e respectivos atributos abaixo descritos, conforme as especificidades de cada *briefing* de comunicação:

I. Planejamento de Publicidade: entendimento do *briefing* de comunicação, proposição estratégica e defesa técnica;
II. Solução Criativa: adequação ao *briefing* de comunicação, originalidade, exequibilidade e defesa técnica;
III. Estratégia de Mídia e Não Mídia: adequação ao *briefing* de comunicação, níveis de alcance, otimização de recursos e defesa técnica.

5.6. A Comissão de Avaliação poderá sugerir que as propostas apresentadas pelas agências sejam integradas, para aperfeiçoar a ação de publicidade, ou compartilhadas, para viabilizar sua execução.

5.7. A análise da Comissão de Avaliação será formalizada por meio do formulário de Avaliação Técnica de Seleção Nível 3, que será assinado por seus integrantes e encaminhado a Secretária Municipal de Comunicação, com a indicação da(s) proposta(s) que atende(m) à(s) necessidade(s) de comunicação, para subsidiar sua decisão quanto à escolha da proposta mais adequada e, quando for o caso, à forma de participação das agências na execução da produção e ou da mídia, para posterior homologação da Secretária Municipal de Comunicação.

5.8. Caso nenhuma das propostas seja considerada adequada, a Secretária Municipal de Comunicação determinará às agências que apresentem nova proposta.

5.9. As agências tomarão conhecimento do resultado da Seleção Nível 3 por comunicado formal da Secretária Municipal de Comunicação.

5.10. Os membros da Comissão de Avaliação poderão, a qualquer momento, solicitar informações ou esclarecimentos aos representantes das agências.

5.11. A Secretária Municipal de Comunicação poderá dispensar o procedimento de Seleção Nível 3 nos casos de:

a) Ação publicitária que decorra de proposta de iniciativa de uma das agências contratadas;
b) Reaproveitamento de linha criativa aprovada anteriormente em procedimento de Seleção nível 3;
c) Situações peculiares que requeiram urgência na realização da ação de comunicação, a exemplo das que possam causar prejuízo à segurança ou à saúde de pessoas;
d) Ação publicitária com linha criativa proposta por iniciativa de órgão ou entidade integrante do Poder Executivo Estadual ou de terceiros, mediante doação dos direitos de autor sobre a criação.
e) Não caberá às agências participantes a apresentação de recurso das decisões.

ANEXO IV DO TERMO DE REFERÊNCIA - TABELA DE CUSTOS INTERNOS – SINAPRO/MT

Esse conteúdo pode ser acessado no seguinte link abaixo:

https://cuiaba.mt.gov.br/storage/webdisco/2025/08/21/outros/2025-08-21-14-41-tabela-sinapro-2024-completa-68a768730cfe8.pdf

ANEXO V DO TERMO DE REFERÊNCIA - MODELO DE PROPOSTA DE PREÇOS
(PAPEL TIMBRADO DA PROPONENTE)

Licitação: nº XXX/2025/PMC
Modalidade: CONCORRÊNCIA
Tipo: TÉCNICA E PREÇO
Secretaria solicitante: SECRETARIA MUNICIPAL DE COMUNICAÇÃO - SECOM

Licitante: _____ **C.N.P.J** _____
Tel: (__)_____ **E-mail** _____**Tel.** (__)_____ **Celular:** (__)_____
Endereço: _____
Conta Corrente: _____ **Agência:** _____ **Banco:** _____
Validade da proposta: .....(.....) dias (no mínimo 120 dias), a partir da data de sua apresentação.

1) Declaramos que, na vigência do contrato decorrente da Concorrência n.º XXX/2025, promovida pela Prefeitura Municipal de Cuiabá, serão cobrados os seguintes honorários:
a) Honorários de ____% (_____ por cento) percentual único que incidirá sobre: (i) os custos de fornecedores de produção e execução técnica de peça e/ou material; (ii) os custos de planejamento e execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas ou a serem realizadas; (iii) à criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias; e (iv) o volume do investimento aplicado na distribuição de peças por meio de plataformas digitais (impulsionamento, mídia programática, etc.), visando remunerar a CONTRATADA pela sua intermediação, supervisão, monitoramento de performance e otimização.
b) Em decorrência dos trabalhos de criação e produção interna, será aplicada a Tabela Referencial de Custos Internos editada pelo Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Mato Grosso, vigente quando da prestação dos serviços correspondentes, com um desconto de _____% (_____por cento);
O preço proposto contempla todos os custos e despesas necessários à plena execução do serviço, tais como de pessoal e de administração e todos os encargos (obrigações sociais, impostos, taxas etc.) incidentes sobre os serviços objeto desta licitação, nada mais sendo lícito pleitear da Prefeitura Municipal de Cuiabá a esse título.
2) Declaramo-nos cientes de que a Prefeitura Municipal de Cuiabá procederá à retenção de tributos e contribuições nas situações previstas em lei.
3) O desconto de agência ou honorários de mídia será pago à agência que intermediar a compra de espaço/tempo publicitários, pelos Veículos de Comunicação, na base de 20% sobre o valor da mídia efetivamente negociada, sendo que o Veículo emitirá sua fatura contra a Prefeitura Municipal de Cuiabá correspondente à chamada "parte líquida", correspondente a 80% do valor da mídia, e a agência emitirá sua nota-fiscal correspondente a **15 % (quinze por cento)**, já deduzido o repasse de **5% (cinco por cento)** sobre o valor da mídia negociada, contra a Prefeitura Municipal de Cuiabá.
4) Informamos conhecer e aceitar as disposições alusivas a direitos autorais estabelecidas na minuta de contrato.

Cidade/UF, ____ de _____ de 2025.

_____
CARIMBO E ASSINATURA DO REPRESENTANTE LEGAL DA EMPRESA IDENTIFICAÇÃO DO CARGO/FUNÇÃO DO FIRMATÁRIO

Observação: a proposta de preço deverá ser elaborada em papel timbrado da licitante e assinada por seu representante, com competência para prática deste ato, sob pena de penalização.

ANEXO VI
MODELO DE CARTA DE CREDENCIAMENTO

(PAPEL TIMBRADO DA EMPRESA)

A
SECRETARIA MUNICIPAL DE COMUNICAÇÃO - SECOM
REF.: EDITAL DA CONCORRÊNCIA Nº XXX/2025/PMC
TIPO: TÉCNICA E PREÇO

Por meio da presente carta, credenciamos o(a) Sr.(a) ....., portador (a) da Cédula de Identidade n. .....e CPF..... a participar da Licitação instaurada pela Prefeitura Municipal de Cuiabá, na modalidade de concorrência n. __/2025/PMC, na qualidade de REPRESENTANTE LEGAL, outorgando-lhe poderes para pronunciar-se em nome da Empresa ....., CNPJ ....., bem como retirar editais, apresentar Propostas e Documentos de Habilitação, participar de sessões públicas de abertura dessas Propostas e Documentos, assinar as respectivas atas, registrar ocorrências, formular impugnações, interpor recursos, renunciar ao direito de recurso, renunciar a recurso interposto, negociar preços e praticar todos os demais atos inerentes ao certame.

Informações Importantes:
CNPJ/MF nº. _____
Inscrição Estadual nº. _____
Razão Social: _____
Nome de Fantasia: _____

Cidade/UF, ____ de _____ de 2025.
Atenciosamente,

Assinatura do representante legal sob carimbo
RG:CPF/MF:
CNPJ/MF da empresa

ANEXO VII
DECLARAÇÕES

REPRESENTAÇÃO EM LICITAÇÃO

(PAPEL TIMBRADO DA EMPRESA)

A
SECRETARIA MUNICIPAL DE COMUNICAÇÃO - SECOM
Ref: EDITAL DE LICITAÇÃO DE CONCORRÊNCIA Nº. XXX/2025/PMC
TIPO TÉCNICA E PREÇO

_____, (Nome da Empresa) CNPJ Nº. _____, sediada na _____, nº. ___, bairro, _____, CEP_____, Município/Estado _____, por seu representante legal abaixo assinado, em cumprimento ao solicitado no Edital da presente licitação, **DECLARA**, sob as penas da lei, que:

a) Tenho ciência de que a declaração falsa acarretará aplicação de declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com toda a Administração Pública do País, além das demais sanções legais cabíveis.

b) Estou ciente, concordo e atendo a todas as condições do Edital e seus anexos;

c) Não há nada que impeça, juridicamente, a minha habilitação neste momento. Se algum fato impeditivo acontecer depois, estarei obrigado a informar ao Município de Cuiabá;

d) Não emprego menor de 18 anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre e não emprego menor de 16 anos, salvo menor, a partir de 14 anos, na condição de aprendiz;

e) A proposta foi elaborada de forma independente e nenhuma empresa potencialmente participante da licitação conhece meu preço;

f) A proposta compreende a integralidade dos custos para atendimento dos direitos trabalhistas assegurados na Constituição Federal, nas leis trabalhistas, nas normas infralegais, nas convenções coletivas de trabalho e nos termos de ajustamento de conduta vigentes na data de entrega das propostas;

g) Não há, na minha cadeia produtiva, empregados executando trabalho degradante ou forçado;

h) Minha empresa cumpre as exigências de reserva de cargos prevista em lei e normas específicas para pessoa com deficiência, reabilitado da Previdência Social e aprendiz; e

i) Tem pleno conhecimento de todo o instrumento convocatório;

j) Possuo em meus quadros de trabalho a Equipe Técnica Mínima Obrigatória estipulada no Item 7.1.4 do Termo de Referência.

k) Elaboração independente de proposta.

I Que a proposta apresentada foi elaborada de maneira independente;

II Que a intenção de apresentar a proposta elaborada para participar dessa Concorrência não foi informada, discutida ou recebida de qualquer outro participante potencial ou de fato da desta Concorrência, por qualquer meio ou por qualquer pessoa;

III Que não tentou, por qualquer meio ou por qualquer pessoa, influir na decisão de qualquer outro participante potencial ou de fato dessa Concorrência quanto a participar ou não da referida licitação;

IV Que o conteúdo da proposta apresentada para participar dessa Concorrência não será, no todo ou em parte, direta ou indiretamente, comunicado ou discutido com qualquer outro participante potencial ou de fato dessa Concorrência antes da adjudicação do objeto da referida licitação; e

V Que o conteúdo da proposta apresentada para participar dessa Concorrência não foi, no todo ou em parte, direta ou indiretamente, informado, discutido ou recebido de qualquer integrante da Prefeitura Municipal antes da abertura oficial das propostas.

Cidade/UF, ____ de _____ de 2025.

Assinatura do representante legal sob carimbo
RG:CPF/MF:
CNPJ/MF da empresa

ANEXO VIII –
DECLARAÇÃO PARA MICROEMPRESAS E EMPRESAS DE PEQUENO PORTE
(LEI COMPLEMENTAR Nº 123/2006)

(PAPEL TIMBRADO DA EMPRESA)

À PREFEITURA MUNICIPAL DE CUIABÁ

Ref : EDITAL DE LICITAÇÃO NA MODALIDADE CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº XXX/2025

EMPRESA: _____ , com sede_____

,CNPJ/MF nº _____, devidamente registrada na Junta Comercial sob o número , neste ato representada por seu representante legal: , portador(a) da Carteira de Identidade RG nº - SSP/ e do CPF/MF nº , solicita que na licitação CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº XXX/2025 seja dado o tratamento diferenciado concedido a essas empresas, com base nos artigos 42 a 45 da Lei Complementar n.º 123, de 14 de dezembro de 2006, com fundamento na CERTIDÃO anexa, emitida pela Junta Comercial, para comprovação da condição de microempresa ou empresa de pequeno porte, na forma do art. 8º da Instrução Normativa nº 103/2007 do Departamento Nacional de Registro do Comércio – DNRC.

Para efeito do benefício legal a que se refere o presente requerimento, declaramos:

a) O pleno atendimento às condições previstas na Lei Complementar Federal nº 123/2006, para enquadramento na condição de Microempresa/Empresa de Pequeno Porte;

b) A inexistência de qualquer um dos impedimentos entre os previstos nos incisos do § 4º do artigo 3º da Lei Complementar Federal nº 123, de 14 de dezembro de 2006;

c) O conhecimento das consequências legais decorrentes da apresentação de declaração falsa objetivando os benefícios da Lei Complementar nº 123/2006.

Cidade/UF, ____ de _____ de 2025.

Assinatura do representante legal sob carimbo
RG:CPF/MF:
CNPJ/MF da empresa

ANEXO IX

BRIEFING - CONCORRÊNCIA Nº XXX/2025/PMC

O presente briefing tem como objetivo fornecer informações e diretrizes para as agências de propaganda participantes do processo licitatório realizado pela **Prefeitura de Cuiabá**, por meio da **Secretaria de Comunicação da Prefeitura de Cuiabá**, para a criação de campanha publicitária voltada à divulgação do Nota Cuiabana, onde a grande novidade é a implementação de um sistema de cashback.

O programa

O Nota Cuiabana é um diferencial na gestão fiscal, alinhado ao princípio da transparência e valorização do cidadão. A medida estimula a responsabilidade tributária e gera impactos positivos na arrecadação, possibilitando mais investimentos em infraestrutura e serviços essenciais. Agora, além de concorrer a prêmios todos os meses que podem chegar a R$ 50 mil, a Nota Cuiabana oferece essa nova vantagem ao cidadão. O primeiro prêmio será de R$ 50 mil, a segunda maior premiação será de 25 mil. O terceiro prêmio será de 10 mil e a quarta premição corresponderá a R$ 5 mil. Haverá ainda outros 40 prêmios de R$ 1 mil. No total, serão R$ 130 mil de premiação em dinheiro por mês.

Ao solicitar uma nota fiscal de serviço, o cidadão gera um cashback onde poderá utilizá-lo como desconto no pagamento de serviços públicos ou privados.

Onde poderá haver desconto:

- Tributos municipais como IPTU, alvarás, taxas e multas.
- Recarga de cartão do transporte público.
- Estacionamentos privados
- Cinema
- Salões de beleza
- Serviços automotivos
- Educação (Mensalidades escolares, cursos de capacitação, etc)
- Clínicas especializadas
- Academias

Vantagens:

- **Descontos acumulativos:** Quanto mais emissão de notas, maior o desconto em serviços públicos e premiação.
- **Valorização do contribuinte:** Descontos e vantagens exclusivas no consumo de serviços públicos e privados.
- **Utilização flexível:** Cashback pode ser usado em diversas áreas, como educação, saúde e transporte.
- **Transparência e segurança:** O programa é regulamentado e fiscalizado pela Prefeitura de Cuiabá.

Objetivo da comunicação:

A campanha tem como objetivo lançar o sistema de Cashback e incentivar a adesão ao programa Nota Cuiabana. Essa

iniciativa inovadora transforma a solicitação de nota fiscal de serviço em benefícios diretos para a população, permitindo que os participantes acumulem valores que podem ser convertidos em descontos em serviços públicos e privados. Além de estimular a emissão de notas fiscais de serviço, o programa valoriza o contribuinte e fortalece a relação entre a prefeitura e a sociedade, promovendo mais economia e vantagens para quem colabora com o desenvolvimento da cidade.

A campanha deve comunicar de forma clara e acessível o benefício do programa, reforçando que pagar a emissão de nota fiscal pode trazer vantagens diretas para os contribuintes. Ela deve destacar toda a funcionalidade do programa e evidenciar as vantagens de solicitar a nota fiscal. Além disso, usar uma linguagem cuiabana para maior efetividade da campanha.

Público alvo:

- **Moradores de Cuiabá** em geral, que podem se beneficiar dos descontos em serviços públicos e privados oferecidos pelo programa.

Período: 60 dias.

Investimentos: O orçamento total disponível é de R$ 2 milhões (dois milhões de reais).

Obrigatoriedade: A campanha deve conter, obrigatoriamente, 01 (um) VT de 30 segundos; 01 (um) spot de 30 segundos; 01 (um) reels/shorts de 30 segundos (diferente do VT); 01 (uma) peça estática para redes sociais; 01 (um) anúncio impresso (revista ou jornal); 01 (uma) peça de mídia out of home; 01 (uma) peça de não-mídia. As peças devem conter, **obrigatoriamente**, assinatura da Prefeitura de Cuiabá e assinatura do programa Nota Cuiabana.

Recursos próprios de comunicação:

- Site oficial da Prefeitura de Cuiabá (www.cuiaba.mt.gov.br)
- Página oficial do Facebook (facebook.com/prefeituracba)
- Instagram (@cuiabaprefeitura)
- Site Nota Cuiabana (www.notacuiabana.com.br)
- Aplicativo Nota Cuiabana
- Logomarca Nota Cuiabana (https://cuiaba.mt.gov.br/storage/webdisco/2025/11/19/outros/2025-11-19-16-47-logo-nota-cuiabana-691e2ce471ae5.pdf)

Histórico de campanhas anteriores:

- Site oficial da Prefeitura de Cuiabá (https://www.cuiaba.mt.gov.br/secretarias/comunicacao)

Logomarcas a serem utilizadas:

- Site oficial da Prefeitura de Cuiabá (https://www.cuiaba.mt.gov.br/servicos/manual-da-marca)

ANEXO II DO EDITAL - MINUTA DE CONTRATO

CONTRATO Nº /2025

O **MUNICÍPIO DE CUIABÁ**, pessoa jurídica de direito público interno, com sede administrativa na Praça Alencastro, n.º 158, Centro, Cuiabá, Mato Grosso, CEP: 78.005-906, inscrito no CNPJ/MF sob o n.º 03.533.064/0001-46, neste ato representado pelo Secretário.....(nome)....., inscrito no CPF (nº do CPF), doravante denominado **contratante** e a empresa ..... , pessoa jurídica de direito privado, inscrita no CNPJ sob o nº ....., estabelecida à..... , na cidade de ..... – ....., CEP ....., e-mail , neste ato representada pelo Sr. .....(nome), inscrito no CPF .....(nº do CPF), doravante denominado **contratado** resolvem celebrar contrato, que será regido pelas cláusulas a seguir expostas.

CLÁUSULA 1ª: OBJETO

1.1 Contratação de 05 (cinco) agências de propaganda, para a prestação de serviços de publicidade para a Prefeitura Municipal de Cuiabá e suas secretarias, via Secretaria de Comunicação, sem segregação em lotes, itens ou contas publicitárias, de acordo com as Leis Federais 4.680/1965, 12.232/2010 e 14.133/2021, sendo considerado como serviços de publicidade: estudos, planejamento, conceituação, concepção, criação, intermediação, supervisão e execução de estratégias e ações de publicidade e atividades complementares assim como a distribuição da comunicação aos veículos.

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

1.2.1 Compreende-se como ação publicitária, o conjunto de peças e materiais publicitários concebidos e desenvolvidos pela agência de propaganda, mediante demanda do anunciante, com o intuito de atender ao princípio da publicidade e ao direito à informação, de difundir ideias e princípios, posicionar instituições e programas, disseminar iniciativas e políticas públicas, promover a divulgação das ações do Poder Executivo Municipal da Administração Pública Direta e Indireta, assim como a distribuição da comunicação aos veículos e demais meios de divulgação, com o objetivo de informar o público em geral.

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

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

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

1.2.4.1 à produção, à execução técnica e à veiculação das peças e projetos criados, como, por exemplo, a contratação de empresa especializada para envio de material aos veículos/exibidoras (via link, SD ou outra

mídia) ou mesmo para conversão de formato e/ou extensão para veiculação em mídia específica (como no caso para exibição em cinemas), entre outros;

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

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

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

1.2.4.3.1.1 gerar conhecimento sobre o mercado ou ambiente de atuação da Prefeitura Municipal de Cuiabá, o público-alvo e os veículos de divulgação nos quais serão difundidas as campanhas ou peças

1.2.4.3.1.2 aferir a eficácia do desenvolvimento estratégico, da criação e da divulgação de mensagens;

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

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

1.2.4.5 Não está contemplada no objeto a divulgação de publicidade oficial, assim entendida a publicação de documentos e informações determinadas por força de lei ou regulamento, veiculada via Gazeta Municipal de Cuiabá.

1.2.4.6 Também não se abrange neste objeto as atividades de promoção, patrocínio, relações públicas, assessorias de comunicação e de imprensa e aquelas que tenham por finalidade a realização de eventos festivos. Não se incluem no conceito de patrocínio os projetos de veiculação em mídia – assim entendidos os projetos de veiculação em mídia ou em instalações, dispositivos e engenhos que funcionem como veículo de divulgação – e o patrocínio de eventos esportivos, culturais ou de entretenimento comercializados por veículo de divulgação.

CLÁUSULA 2ª: FUNDAMENTAÇÃO LEGAL

2.1. O presente contrato está vinculado à Concorrência Pública n° XX/2025 e ao Processo Administrativo nº 096040/2025, ao edital, à proposta apresentada pelo contratado, regendo-se por suas cláusulas, em legislação geral, pela Lei nº 14.133/2021, pelo Decreto Municipal nº 9.650/2023, pelas normas específicas, Leis Federais 4.680/1965 e 12.232/2010.

CLÁUSULA 3ª: REGIME DE EXECUÇÃO

3.1 Na execução do objeto deverão serem observadas as condições estabelecidas no termo de referência, edital e seus anexos;

3.2 A execução do objeto licitado terá início após a assinatura deste, expedição de nota de empenho e a emissão da ordem de fornecimento.

CLÁUSULA 4ª: DO PRAZO DE VIGÊNCIA

1.1 Prazo inicial de vigência de 12 (doze) meses, contados a partir da data de assinatura do contrato, prorrogável por iguais e sucessivos períodos, conforme disposto no art. 107, inciso II, da Lei nº 14.133/2021, até o limite legal de 120 (cento e vinte) meses.

1.2 A estipulação de vigência contratual de até 10 (dez) anos revela-se justificável e vantajosa à Administração Pública, tendo em vista que os serviços de publicidade exigem planejamento estratégico contínuo, em conformidade com as políticas públicas e as diretrizes institucionais do Município. A manutenção de um mesmo contrato por período prolongado proporciona maior estabilidade na execução das campanhas, padronização da identidade visual institucional e redução dos custos operacionais decorrentes da realização de sucessivos certames licitatórios.

1.3 Sob o aspecto econômico-financeiro, a previsão de vigência de até 10 anos mostra-se benéfica ao erário, pois evita a onerosidade administrativa associada à realização frequente de novas licitações, reduzindo despesas com comissões, publicações, trâmites processuais e eventuais recursos. Ademais, possibilita o melhor aproveitamento dos investimentos iniciais realizados pela agência contratada, especialmente em infraestrutura tecnológica, capacitação de equipe e desenvolvimento de estratégias de comunicação, resultando em maior eficiência e diminuição de custos indiretos ao longo da execução contratual. Essa continuidade favorece ainda a melhoria da relação custo-benefício, uma vez que o conhecimento acumulado sobre as demandas municipais e a curva de aprendizado contribuem para elevar a produtividade e a qualidade dos serviços prestados.

1.4 Além disso, a execução de ações de comunicação de interesse público requer planejamento de médio e longo prazo, notadamente em áreas sensíveis como saúde, educação, meio ambiente e mobilidade urbana, cujas campanhas demandam continuidade e coerência nas mensagens para alcançar resultados efetivos junto à população.

1.5 Cumpre destacar que a previsão de vigência de até 10 anos não implica obrigatoriedade de manutenção

do contrato durante todo o período, permanecendo a Administração resguardada pela prerrogativa de rescisão antecipada, conforme a legislação vigente, caso cesse o interesse público ou surja necessidade de adequação contratual.

1.6 Dessa forma, o prazo estabelecido observa os princípios da eficiência, economicidade, planejamento e continuidade do serviço público, atendendo ao interesse público e às boas práticas de gestão contratual preconizadas pela Nova Lei de Licitações e Contratos Administrativos.

1.7 Ressalta-se, por fim, que a Prefeitura Municipal de Cuiabá **se reserva o direito de utilizar integral ou parcialmente os recursos previstos, conforme as necessidades e conveniências da Administração**, bem como de acordo com o planejamento e a execução das campanhas institucionais.

CLÁUSULA 5ª: DAS OBRIGAÇÕES DA CONTRATANTE

5.1 Constituem obrigações do contratante:

5.1.1 Realizar o empenho da respectiva orçamentária;

5.1.2 Publicar o contrato na Gazeta Municipal e no Portal Nacional de Contratações Públicas;

5.1.3 Acompanhar e fiscalizar a execução do contrato, registrando as eventuais ocorrências;

5.1.4 Comunicar imediatamente ao contratado qualquer defeito ou deficiência que venha a constatar, referente à execução do objeto deste contrato;

5.1.5 Informar alterações no cronograma, com antecedência mínima de 24 (vinte e quatro) horas;

5.1.6 Fornecer, em tempo hábil, todas as informações necessárias para o cumprimento das obrigações por parte do contratado;

5.1.7 Cumprir todos os compromissos financeiros assumidos com a parte contratada, desde que devidamente comprovada a execução do serviço.

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

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

5.1.10 Verificar o cumprimento das cláusulas contratuais relativas aos honorários devidos à agência e às condições de contratação de fornecedores de bens e serviços especializados realizados pelas agências contratadas.

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

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

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

5.1.14 A Secretaria Municipal de Comunicação da Prefeitura Municipal de Cuiabá será a responsável pela aprovação dos serviços solicitados antes da execução final, determinando assim a produção e veiculação.

5.1.15 Instituir processo de seleção interna entre as agências contratadas, cuja metodologia será posteriormente elaborada e aprovada Secretaria Municipal de Comunicação - O processo de seleção interna para a escolha da agência contratada que executará a ação publicitária seguirá a metodologia prevista na PORTARIA Nº XX/2025/SECOM **(conforme modelo constante no anexo III do Termo de Referência),** que poderá vir a ser substituída a critério da administração pública a qualquer tempo, seguindo-se todos os critérios técnicos e legais.

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

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

5.1.18 Nomear Gestor e Fiscais para executar a fiscalização do contrato e registrar em relatório todas as ocorrências, deficiências, irregularidades ou falhas que porventura serão observadas na execução dos serviços, objetivando a imediata correção.

5.1.19 Caracterizada a inexecução contratual, a Prefeitura Municipal de Cuiabá, poderá optar pela rescisão deste contrato, e/ou, em caráter excepcional, liquidar despesas e efetuar os respectivos pagamentos diretamente ao fornecedor dos serviços especializados ou ao veículo de comunicação e divulgação, conforme o caso, respeitando o contraditório e ampla defesa.

5.1.20 Em caso de não cumprimento dos itens 5 e 6 da tabela 3 contida na cláusula 17ª, 17.6.3, dos itens de infrações, a Secretaria Municipal de Comunicação promoverá notificação extrajudicial em favor da agência contratada, concedendo dias para o cumprimento das obrigações, e permanecendo a irregularidade sem justificativa plausível e aceita pela autoridade competente, será aplicada as penalidades cabíveis.

CLÁUSULA 6ª: DAS OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA

6.1. Constituem obrigações do(a) contratado(a):

6.1.1 Aceitar, nas mesmas condições de sua proposta, os acréscimos ou supressões determinadas pela Prefeitura Municipal de Cuiabá nos termos da Lei nº 14.133/2021;

6.1.2 Comunicar ao fiscal do contrato, de imediato, qualquer ocorrência que impeça a execução regular de suas obrigações;

6.1.3 Atender às determinações do fiscal do contrato, destinadas ao regular cumprimento do contrato;

6.1.4 Efetuar o pagamento de todos os impostos, taxas e demais obrigações fiscais incidentes ou que vierem a incidir sobre o objeto do contrato;

6.1.5 Declarar o descumprimento das condições de habilitação, sob pena de declaração de inidoneidade para licitar ou contratar;

6.1.6 Manter contatos com a Secretaria Municipal de Comunicação sempre por escrito, ressalvados os entendimentos verbais determinados pela urgência, que deverão ser registrados e confirmados por escrito no prazo de 3 (três) dias úteis;

6.1.7 Manter atualizado, durante a vigência do presente contrato, o endereço, número de telefone fixo e

celular, correio eletrônico e nome do representante legal com poder de decisão;

6.1.8 A agência atuará por ordem da Secretaria Municipal de Comunicação da Prefeitura de Cuiabá, de acordo com as solicitações realizadas pela SECOM e sempre em conformidade com a legislação, com o Código de Ética dos Profissionais de Propaganda e com as demais normas correlatas que regulam a atividade.

6.1.9 Os serviços a serem realizados devem ser submetidos à aprovação da Secretaria Municipal de Comunicação da Prefeitura de Cuiabá, responsáveis pela determinação de sua produção e veiculação.

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

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

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

6.1.13 Manter sigilo quanto às informações que necessitem.

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

6.1.15 Centralizar o comando da publicidade do Município de Cuiabá (sede, filial, sucursal ou escritório) em Cuiabá, com estrutura de atendimento representada, no mínimo, pelos seguintes profissionais: A agência contratada deverá dispor de equipe profissional mínima composta por: 1 (um) na área de atendimento; 1 (um) na área de planejamento e pesquisa; 2 (dois) na área de criação; 1 (um) na área de mídias sociais e inovações; 1 (um) na área de produção impressa, eletrônica e de design/computação gráfica, 1 (um) na área de mídia e 01 (um) especialista em planejamento de marketing digital e tráfego pago.

6.1.16 Executar todos os serviços relacionados com o objeto do Termo de Referência, de acordo com os prazos e demais especificações estipuladas pela Secretaria Municipal de Comunicação (SECOM) e pela Secretaria Adjunta de Administração Sistêmica da Secom.

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

6.1.18 A Contratada somente poderá contratar e executar qualquer serviço ou aquisição de bens com fornecedores de serviços especializados e veículos de divulgação desde que estes contenham todas as certidões de regularidade fiscal exigida conforme lei nº 14.133/21 e demais normativas vigentes.

6.1.19 Orientar a produção, a impressão e a distribuição das peças gráficas conforme a solicitação e aprovação da SECOM e atestar a conformidade do material.

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

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

6.1.22 Elaborar, sempre que solicitado pela SECOM, estudo de práticas e investimentos em mídia que vêm

sendo empregados.

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

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

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

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

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

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

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

6.1.30 Em caso de eventuais atrasos, oriundos de situações específicas, devidamente manifestadas por meio de justificativa plausível, haverá ainda a prorrogação do prazo por mais 2 (dois) dias.

6.1.31 O não cumprimento dos prazos estabelecidos provocam à contratada sanções e penalidades, de acordo com o item 16.6.2, da tabela 3 (infrações), da cláusula 16ª – Das Sanções Administrativas do Termo de Referência.

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

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

6.1.34 Encaminhar, após a aprovação do serviço pela SECOM e sem ônus a esse, as cópias de peças produzidas, desde que não seja para uso em veiculação de mídia paga: TV/Cinema – cópias em Memória USB Flash Drive e/ou arquivos digitais; Internet – cópias em MEMÓRIA USB FLASH DRIVE e/ou em arquivos digitais; rádio – cópias em MEMÓRIA USB FLASH DRIVE e/ou arquivos digitais; mídia impressa e material publicitário – cópias em MEMÓRIA USB FLASH DRIVE, com arquivos em alta resolução, finalizados, sendo uma cópia aberta e uma fechada.

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

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

6.1.37 Produzir e entregar anualmente, em meio impresso e em MEMÓRIA USB FLASH DRIVE, o portfólio dos trabalhos realizados a Secretaria Municipal de Comunicação durante a execução do contrato, além de relatório de todas as peças desenvolvidas e produzidas, tendo como prazo final o último dia útil do último mês de vigência do contrato ou de sua prorrogação.

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

6.1.39 Entregar à Secretaria Municipal de Comunicação, a cópia dos comprovantes de pagamentos feitos aos fornecedores de serviços especializados e aos veículos de divulgação até o dia 10 do mês subsequente ao do pagamento realizado pela agência.

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

6.1.41 Comunicar imediatamente à Secretaria Municipal Comunicação toda e qualquer alteração, rejeição, cancelamento ou interrupção de um ou mais serviços contratados, além de adotar instantaneamente providências para solucionar a pendência.

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

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

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

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

6.1.46 Prestar esclarecimentos à Secretaria Municipal de Comunicação sobre eventuais atos ou fatos desabonadores noticiados que se envolver, independente de solicitação.

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

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

6.1.49 Sempre que houver solicitação da Secretaria Municipal Comunicação, a agência deverá apresentar a comprovação de estarem sendo satisfeitos todos os seus encargos e obrigações trabalhistas, previdenciários e fiscais.

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

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

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

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

6.1.54 Responsabilizar-se por qualquer ação judicial que tenha por fundamento a legislação trabalhista ou de proteção dos direitos autorais ou à propriedade intelectual, devendo adotar providências no sentido de preservar o contratante e de mantê-lo excluído da lide, assim como de reivindicações, demandas, queixas ou representações referentes a tais assuntos.

6.1.55 Arcar com o ônus relacionado à produção e criação de peças e campanhas que, por meio de legislação ou de entidades como o CONAR (Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária), sejam impedidas de veicular ou, uma vez veiculando, sejam retiradas do ar.

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

6.1.57 O processo de seleção interna para a escolha da agência que executará a ação publicitária seguirá a metodologia prevista na Portaria nº XX/2025/SECOM (modelo anexo), que poderá vir a ser substituída a critério da administração pública a qualquer tempo, seguindo-se todos os critérios técnicos e legais.

6.1.58 A Prefeitura Municipal de Cuiabá não presta serviços de assessoria e consultoria para as AGÊNCIAS contratadas a respeito das relações jurídicas que estas vierem a ter com terceiros, devendo as agências assumir o ônus de tais relações, possuir equipes de profissionais capazes de atender as demandas e percalços que vierem a existir.

6.1.59 A relação jurídica da Prefeitura Municipal de Cuiabá é direta para com as agências contratadas,

devendo estas se responsabilizar perante as relações jurídicas com os terceiros contratados, quais sejam, veículos, fornecedores de serviços especializados e outros.

6.1.60 Aceitar, nas mesmas condições contratuais, acréscimos ou supressões que se fizerem necessárias, em até 25% (vinte e cinco por cento) do valor atualizado previsto no item 3, facultada a supressão além desse limite, mediante acordo entre as partes.

CLÁUSULA 7ª: DO LOCAL E DATA DA EXECUÇÃO DO OBJETO

7.1 A execução dos serviços será realizada nas sedes das agências contratadas, conforme solicitação prévia da Secretaria Municipal de Comunicação.

7.2 Não haverá necessidade de adequações internas de infraestrutura física, lógica ou elétrica nas dependências da Prefeitura, uma vez que a execução dos serviços será realizada nas sedes das agências contratadas, conforme solicitação prévia da Secretaria Municipal de Comunicação.

CLÁUSULA 8ª: DOS ENCARGOS CONTRATUAIS

8.1 A Contratada é responsável por todas as providências e obrigações referentes à legislação específica de acidentes de trabalho quando de ocorrências em que forem vítimas os seus funcionários, no desempenho dos serviços ou em conexão com eles.

8.2 A Contratada, como única e exclusiva responsável pela execução do serviço objeto do presente contrato, responde civil e criminalmente por todos os danos, perdas e prejuízos que, por dolo ou culpa sua, de seus empregados, prepostos ou terceiros, no exercício de suas atividades, vier, direta ou indiretamente, causar ou provocar à Contratante ou a terceiros.

8.3 À Contratada, caberá as despesas referentes aos serviços gerais, transporte horizontal e vertical, mão-de-obra e materiais, inclusive para instalações provisórias, e todos os encargos sociais, trabalhistas, previdenciários e fiscais decorrentes. Cabe ainda à Contratada, por todo o período de execução do serviço, manter os seguros que por Lei se tornarem exigíveis.

8.4 A inadimplência da Contratada com referência aos mesmos não transfere à Contratante a responsabilidade por seu pagamento, nem poderá onerar o objeto do contrato.

CLÁUSULA 9ª: DO VALOR

9.1 O valor global do contrato que contemplará além da agência ora contratada, as agências: xx, inscrita no CNPJ/MF sob o nº x, xx, inscrita no CNPJ/MF sob o nº x, xx, inscrita no CNPJ/MF sob o nº x, xx, inscrita no CNPJ/MF sob o nº x, será no valor total de R$ 40.000.000,00 (quarenta milhões de reais) sendo que, a remuneração devida a cada uma atenderá à proposta de preços apresentada pelas mesmas distintamente quando da solicitação aprovada para a prestação dos serviços a ser contratado, objeto deste contrato.

9.2 Ressalta-se que a **Prefeitura Municipal de Cuiabá se reserva o direito de utilizar ou não a totalidade dos recursos previstos**, conforme necessidade e conveniência da Administração, bem como de acordo com o planejamento e a execução das campanhas institucionais.

CLÁUSULA 10ª: DAS CONDIÇÕES DE PAGAMENTO E COMPROVAÇÃO DA EXECUÇÃO DOS SERVIÇOS

10.1 Para liquidação e pagamento das despesas referente aos serviços previamente autorizados pela SECOM, às agências contratadas deverão apresentar:

10.1.1 A correspondente Nota Fiscal, sem rasura e em letra legível, em nome da Secretaria Municipal de Comunicação da Prefeitura Municipal de Cuiabá, CNPJ nº 03.533.064/0001-46, contendo o número do contrato, serviços contratados, além das seguintes informações da contratada: nome, CNPJ e dados bancários (Banco (nome e número) Agência (nome e número) Conta Corrente (número);

10.1.2 Quaisquer alterações nos dados bancários deverão ser comunicadas tempestiva e formalmente a SECOM, ficando as agências contratadas responsáveis pelos prejuízos decorrentes da falta ou intempestividade de informação;

10.1.3 O CNPJ que deverá constar nas notas fiscais e na conta corrente utilizada para pagamento às agências contratadas deverá ser o CNPJ constante do preâmbulo do contrato;

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

10.1.5 Ainda no que tange o pagamento de fornecedores e veículos, a agência contratada deverá apresentar os documentos comprobatórios de execução/entrega dos serviços (fotos comprobatórias da execução do serviço executado, devendo ser apresentada com detalhamento contendo: data, tamanho, resolução, caminho de armazenamento, título e localização, dentre outras informações, não sendo aceitos prints, somente fotos quando for tirado da tela com as informações do detalhamento os quais deverão ser anexado à mídia que fará parte do processo de pagamento), os documentos comprobatórios da demonstração do valor devido ao veículo, da sua tabela de preços, dos descontos negociados, dos correspondentes pedidos de inserção e da efetiva veiculação, sendo este último providenciado sem ônus ao contratante.

10.1.6 Quando referente ao pagamento de fornecedores e veículos, a nota fiscal também deverá conter o número do documento que autorizou a veiculação ou produção dos serviços e o nome empresarial do fornecedor com seu respectivo CNPJ.;

10.1.7 Na primeira via do documento fiscal do fornecedor de serviços especializado ou do veículo:

10.1.8 O CNPJ que deverá constar nas notas fiscais dos fornecedores de serviço especializado deverá ser o mesmo da cotação de preços que norteou a contratação;

10.1.9 Os documentos comprobatórios da execução dos serviços especializados e, quando for o caso, do comprovante de sua entrega;

10.1.10 Os documentos comprobatórios da demonstração do valor devido ao veículo, da sua respectiva tabela de preços, da descrição dos descontos negociados, dos correspondentes pedidos de inserção e da efetiva veiculação, sendo este último providenciado sem ônus para a Prefeitura Municipal de Cuiabá;

10.1.11 Na ocorrência de falha em uma programação em mídia eletrônica, as agências contratadas deverão

apresentar documento do veículo com a descrição da falha e do respectivo valor a ser abatido na liquidação.

10.1.12 O comprovante de veiculação a que se refere o subitem 10.1.8 e 10.1.9 é constituído por:

10.1.12.1 revista e anuário: declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação, exemplar original e nota fiscal da gráfica responsável pela tiragem ou declaração, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a impressão.

10.1.12.2 jornais: declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação, exemplar original ou a página com o anúncio, da qual devem constar as informações sobre período ou data de circulação, nome do jornal e praça, e nota fiscal da gráfica responsável pela tiragem ou declaração, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a impressão;

10.1.12.3 demais meios: relatório de checagem de veiculação emitido por empresa independente ou por um dos seguintes documentos:

10.1.12.3.1 TV, Rádio e Cinema: documento usualmente emitido pelo veículo (mapa ou comprovante de veiculação ou inserção ou irradiação e similares) e declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração, local, data, e período da veiculação;

10.1.12.3.2 Como alternativa ao procedimento previsto no item "10.1.12.3.1", as agências contratadas poderão apresentar documento usualmente emitido pelo veículo (mapa ou comprovante de veiculação ou inserção ou irradiação e similares) em que figure a declaração prevista na alínea "a" deste subitem, na frente ou no verso desse documento, mediante impressão eletrônica ou a carimbo, desde que essa declaração seja assinada e que esse documento "composto" contenha todas as informações previstas na alínea "a".

10.2 Mídia Exterior:

10.2.1 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 art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração;

10.2.2 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, datado e assinado, acompanhado de declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal

Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração;

10.2.3 Carro de Som: relatório de veiculação, datado e assinado, fornecido pela empresa que veiculou a peça, com relatório de GPS e fotos de todos os carros contratados, com imagem de fundo que comprove a cidade em que a ação foi realizada, acompanhado de declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração.

10.2.4 Internet: relatório de gerenciamento fornecido pela empresa que veiculou as peças, acompanhado do print da tela, de todo o período de veiculação.

10.3 As formas de comprovação de veiculação em mídia não previstas nos itens "10.1.12.3.1, 10.2 e 10.2.4", serão estabelecidas formalmente pela SECOM, antes da aprovação do respectivo Plano de Mídia.

10.4 Os documentos de cobrança e comprovação da execução e entrega dos serviços para a liquidação e pagamentos de despesas deverão ser encaminhados pela agência às dependências da Secretaria Municipal de Comunicação.

10.5 Qualquer atualização dos documentos comprobatórios deverá ser formalizada e encaminhada pela SECOM para as agências contratadas.

10.6 Compete ao Fiscal do contrato, a conferência dos preços de tabela de cada inserção e os descontos negociados, de que trata o artigo 15 da Lei nº 12.232/2010, por ocasião da apresentação dos respectivos Planos de Mídia pelas agências contratadas à SECOM.

10.7 Caso se constate erro ou irregularidade na documentação de cobrança e comprovação da execução e entrega dos serviços, a SECOM a seu juízo, poderá devolvê-la para as devidas correções, ou aceitá-la, com a glosa da parte que considerar indevida.

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

10.9 A SECOM não pagará nenhum acréscimo pelo adiamento do pagamento em razão de pendência no cumprimento de quaisquer cláusulas constantes do contrato.

10.10 Antes da efetivação dos pagamentos, será verificada a comprovação de regularidade das agências contratadas referente à:

10.10.1 Certificado de Regularidade de Situação do Fundo de Garantia do Tempo de Serviços – FGTS;

10.10.2 Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas – CNDT;

10.10.3 Certidão Conjunta de Regularidade com a Fazenda Federal (Quitação de Tributos e 10.10.4 Contribuições Federais e Dívida Ativa da União da Fazenda Federal);

10.10.5 Certidões negativas de tributos estaduais emitidas pelos respectivos órgãos;

10.10.6 Certidões negativas de tributos municipais emitidas pelos respectivos órgãos.

10.11 As agências contratadas apresentarão à Secretaria Municipal de Comunicação os documentos comprobatórios de manutenção de suas condições de habilitação, sempre que próximos aos seus respectivos vencimentos.

CLÁUSULA 11ª: DA REMUNERAÇÃO

11.1 Pertencerá a Prefeitura Municipal de Cuiabá as vantagens obtidas em negociação de compra de mídia diretamente ou por intermédio de agência de propaganda, incluídos os eventuais descontos e as bonificações na forma de tempo, espaço ou reaplicações que tenham sido concedidos pelo veículo de divulgação. A agência contratada não fará jus a nenhuma remuneração ou desconto de agência quando da utilização pelo contratante de créditos que a esse tenham sido concedidos por veículos de divulgação, em qualquer ação publicitária pertinente ao contrato.

11.2 A Agência de Publicidade será remunerada por honorários de:

11.2.1 ____% (_____ por cento) sobre os custos: (i) à produção e à execução técnica de peça e ou material, assim como (ii) ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos, de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas ou a serem realizadas; (iii) à criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias, visando à expansão dos efeitos das mensagens e das estratégias publicitárias, como, por exemplo, a elaboração e execução de ações pela internet, assim como contratação de impulsionamento (método de veiculação nas principais plataformas da rede) e de mídia programática, entre outros.

11.2.1.1 Os honorários de remuneração dispostos no item 15.2.1, quando referentes ao investimento em plataformas digitais (impulsionamento, mídia programática, etc.), não estão vinculados a serviços externos prestados por fornecedores especializados, nem correspondem ao desconto-padrão não pago pelas plataformas digitais, mas visam remunerar devidamente a CONTRATADA pela sua intermediação, supervisão, monitoramento de performance e otimização da distribuição de peças publicitárias por meio de plataformas digitais.

11.2.1.2 Na gestão pela CONTRATANTE dos investimentos destinados para distribuição das peças publicitárias de uma campanha em plataformas digitais, a remuneração da CONTRATADA, prevista no subitem 15.2.1, deverá incidir sobre o valor aplicado na plataforma, de modo que o somatório do valor autorizado para essas empresas com o dos referidos honorários não supere o total de investimento proposto pela CONTRATADA para essa distribuição.

11.3 Os honorários serão calculados sobre o preço faturado pelos fornecedores.

11.3.1 Pelos serviços de criação e execução interna, a Agência de Publicidade, receberá o valor correspondente indicado na Tabela de Custos Internos editada pelo Sindicato das Agências de Propaganda

do Estado de Mato Grosso - SINAPRO, com um desconto de % (por cento).

11.4 As Agências de Publicidade também farão jus ao desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, em conformidade com o art. 11 da Lei n° 4.680/65 e do Decreto n° 57.690/66. 8.1.1. O desconto será concedido às agências contratadas pela concepção, execução e ou distribuição de publicidade, por ordem e conta da SECOM, nos termos do art. 19 da Lei n° 12.232/2010.

11.5 As contratadas repassarão a Prefeitura Municipal de Cuiabá o valor correspondente a **5% (cinco) por cento** do valor da mídia efetivamente contratada sobre o valor acertado para cada veiculação, correspondente ao repasse parcial dos honorários de veiculação, pagos pelos Veículos de Comunicação à agência de publicidade.

11.6 As despesas com deslocamento de profissionais das agências contratadas, de seus representantes ou de fornecedores por ela contratados, na cidade de Cuiabá, serão de responsabilidade das contratadas.

CLÁUSULA 12ª: DAS CONDIÇÕES E PRAZO DE PAGAMENTO

12.1 Os pagamentos serão realizados depois da conclusão dos serviços, por campanha, após a devida prestação de contas pela agência e atestado de conformidade realizado pelo fiscal do contrato e pela Diretoria Administrativa e Financeira da SECOM, devidamente acompanhado de 12.2 Regularidade Fiscal e Trabalhista da agência contratada, obedecendo aos prazos conforme calendário estabelecido pela Secretaria Adjunta de Tesouro da Secretaria Municipal de Economia de Cuiabá.

12.3 De acordo com a Lei nº 12.232/2010, somente pessoas físicas ou jurídicas previamente cadastradas pelo contratante poderão fornecer às contratadas bens e serviços especializados relacionados com as atividades complementares da execução do objeto, sendo exigida sempre a apresentação pela agência contratada à Secretaria Municipal de Comunicação de três (3) orçamentos obtidos entre pessoas que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido.

12.4 O faturamento dos serviços de produção externa e veiculação deverão ser feitos pelos prestadores de serviços em nome da Secretaria Municipal de Comunicação da Prefeitura Municipal de Cuiabá, aos cuidados da agência contratada, por meio da qual os pagamentos serão efetuados.

12.5 O atesto das notas fiscais somente serão realizados mediante a comprovação do cumprimento dos documentos obrigatórios pelas agências contratadas de todas as condições pactuadas e ocorrerá em cinco dias úteis após a entrega da documentação pertinente;

12.6 Para efeito de contagem do prazo de atesto, a documentação recebida após as 14h00 será considerada entregue no dia útil subsequente.

12.7 A Prefeitura Municipal de Cuiabá não acata cobrança por meio de duplicatas ou qualquer outro título em bancos ou outras instituições do gênero.

12.8 A Prefeitura Municipal de Cuiabá não é obrigada a pagar nenhum compromisso, assumido pela agência contratada, que lhe venha a ser cobrado diretamente por terceiros.

12.9 Correrão por conta das agências contratadas o ônus do prazo de compensação e todas as despesas bancárias decorrentes da transferência de crédito, assim como os eventuais encargos financeiros,

processuais e outros, decorrentes de sua inobservância quanto aos prazos de pagamento.

12.10 A Prefeitura Municipal de Cuiabá, 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 13ª: DOS DIREITOS AUTORAIS

13.1 A agência contratada cederá à Secretaria Municipal de Comunicação da Prefeitura Municipal de Cuiabá, os direitos autorais patrimoniais de uso das ideias (incluídos estudos, análises e planos), peças, campanhas e demais materiais de publicidade, de sua propriedade exclusiva, de seus empregados ou prepostos, concebidos, criados ou produzidos em decorrência do contrato firmado. Os direitos são cedidos de forma total e definitiva para uso no Brasil ou em qualquer país do mundo. Os direitos patrimoniais cedidos poderão ser usados pela Prefeitura Municipal de Cuiabá em todas as suas modalidades de utilização, diretamente ou por intermédio de terceiros. Quando necessário realizar contratações que envolvam direitos de autor e conexos, as agências contratadas solicitarão a quem de direito a concessão por prazo, finalidade, território e preço, inclusive quanto à eventual renovação do contrato, dos direitos autorais e conexos de suas respectivas titularidades.

13.2 As agências contratadas se comprometem a fazer constar, em destaque, em todos os orçamentos de produção, o custo com cachês, os de cessão de direito de uso de obra(s) consagrada(s), incorporada(s) à peça e os de cessão dos demais direitos de autor e conexos.

13.3 A Prefeitura Municipal de Cuiabá será a única proprietária das peças e demais materiais físicos e/ou digitais oriundos do cumprimento do contrato, sejam estes passíveis ou não de proteção do Direito de Propriedade Intelectual. É garantida à Prefeitura Municipal de Cuiabá, a apropriação dos direitos patrimoniais e conexos originalmente de titularidade das agências contratadas e dos funcionários desta, sobre os resultados da execução do contrato, ressalvados os direitos autorais e conexos de terceiros.

CLÁUSULA 14ª: DO MODELO DE GESTÃO DO CONTRATO

14.1 O contrato deverá ser executado fielmente pelas partes, de acordo com as cláusulas avençadas e as normas da Lei nº 14.133, de 2021, e cada parte responderá pelas consequências de sua inexecução total ou parcial;

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

14.3 As comunicações entre o órgão ou entidade e a contratada devem ser realizadas por escrito sempre que o ato exigir tal formalidade, admitindo-se o uso de mensagem eletrônica para esse fim;

CLÁUSULA 15ª: DA DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA

PREVISÃO ORÇAMENTÁRIA
Unidade Orçamentária: 17.101 – SECRETARIA MUNICIPAL DE COMUNICAÇÃO
Programa: 0020
Projeto Atividade: 2009
Fonte: 500
Nat. Despesa / Elemento de Despesas: 33.90 – 39.00

CLÁUSULA 16ª: DA GARANTIA CONTRATUAL

16.1 As contratadas prestarão individualmente seguro-garantia, em favor da Prefeitura Municipal de Cuiabá, no valor de R$ 400.000,00 (quatrocentos e mil reais), correspondente a 1% (um por cento) do valor do contrato, de acordo com o Artigo 96, da Lei Federal nº 14.133/2021, podendo cada contratada optar por uma das modalidades previstas no diploma legal citado, no prazo de 30 (trinta) dias contados a partir da data de assinatura do contrato.

CLÁUSULA 17ª: DAS PENALIDADES

17.1 As infrações praticadas pelo contratado serão sancionáveis de acordo com sua gravidade, respeitado o contraditório e a ampla defesa, seguindo o rito processual detalhado no link **Processo Sancionatório**.

17.2 O descumprimento das obrigações assumidas pelas agências contratadas, sem justificativa aceita pela Prefeitura Municipal de Cuiabá, resguardando os preceitos legais pertinentes, poderão acarretar as seguintes sanções administrativas:

17.2.1 Advertência;

17.2.2 Suspensão temporária de participação da seleção interna;

17.2.3 Multa de mora e multa compensatória;

17.2.4 Suspensão temporária de participação de licitação e impedimento de contratar com a Administração Pública por até 02 (dois) anos;

17.2.4 Declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com a Administração Pública.

17.3 Aplicação das sanções observará as seguintes disposições:

17.3.1 A advertência, será aplicada diretamente pelo fiscal do contrato, cabendo recurso administrativo no prazo de 15 (quinze) dias úteis ao gestor do contrato, contados a partir da notificação da sanção, sem a necessidade de apurar responsabilidade mediante a instauração de processo administrativo conduzido por comissão especial;

17.3.2 caberá ao gestor aplicar a suspensão temporária de participação de licitação e impedimento de contratar com a Administração Pública e propor a declaração de inidoneidade;

17.3.3 a aplicação da declaração de inidoneidade será de responsabilidade da autoridade competente pela pasta;

17.4 A sanção de advertência poderá ser aplicada nos seguintes casos:

17.4.1 descumprimento parcial das obrigações e responsabilidades assumidas contratualmente;

17.4.2 outras ocorrências que possam acarretar transtornos ao desenvolvimento dos serviços, a juízo da Prefeitura Municipal de Cuiabá, desde que não caiba a aplicação de sanção mais grave.

17.5 A falha na execução contratual restará configurada quando:

17.5.1 As agências contratadas cometerem, nos últimos 12 (doze) meses contínuos de execução contratual, uma quantidade de infrações cujo somatório de pontos correspondentes, conforme a 17.6 Tabela 1 (abaixo), atinja ou ultrapasse 10 (dez) pontos:

Grau da infração	Quantidade de pontos atribuídos
Leve	1 ponto por infração
Média	2 pontos por infração
Grave	3 pontos por infração

17.6.1 **Tabela 1 – Correspondência entre Grau da Infração e Quantidade de Pontos**

17.6.1.1 Comprovadas as falhas e atingida a pontuação estabelecida anteriormente, a Prefeitura Municipal de Cuiabá poderá aplicar as sanções, por infração, conforme os graus, as correspondências, as descrições e as incidências estabelecidas na Tabela 2 e na Tabela 3, apresentadas a seguir:

17.6.2 **Tabela 2 – Grau e correspondência de cada infração**

Grau da infração	Correspondência
Leve	Advertência (na primeira infração)
	Multa no valor de 0,05%, por incidência, sobre o valor do contrato (após a primeira infração).
Média	Multa no valor de 0,1%, por incidência, sobre o valor do contrato.
Grave	Multa no valor de 0,5%, por incidência, sobre o valor do contrato.

17.6.3 Tabela 3 – Infrações

Item	Descrição	Grau	Incidência
1	Não operar como organização completa prejudicando o fornecimento dos serviços com elevada qualidade.	Grave	Semestral
2	Demora para centralizar o comando da publicidade da **PREFEITURA MUNICIPAL DE CUIABÁ** no estado, onde, para esse fim, manterá escritório, sucursal ou filial.	Grave	Por ocorrência
3	Não executar, com seus próprios recursos, todos os serviços previstos neste TR, mediante demanda da **PREFEITURA MUNICIPAL DE CUIABÁ**.	Grave	Semestral
4	Não utilizar, na elaboração dos serviços objeto deste contrato, os profissionais indicados na Proposta Técnica da concorrência que deu origem a este instrumento, para fins de comprovação da Capacidade de Atendimento.	Leve	Semestral
5	Substituir os profissionais envolvidos na execução contratual sem o conhecimento e anuência da **PREFEITURA MUNICIPAL DE CUIABÁ**.	Leve	Por ocorrência
6	Não envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores de bens e de serviços especializados e a veículos de divulgação ou não transferir à **PREFEITURA MUNICIPAL DE CUIABÁ** todas as vantagens obtidas.	Grave	Por ocorrência.
7	Não observar rigorosamente as especificações estipuladas pela **PREFEITURA MUNICIPAL DE CUIABÁ** no fornecimento de produtos e serviços relacionados com o objeto deste contrato.	Grave	Por ocorrência
8	Não exercer o controle de qualidade na execução dos serviços prestados, com base nos parâmetros determinados pela **PREFEITURA MUNICIPAL DE CUIABÁ**.	Grave	Por ocorrência
9	Não atuar com atenção e responsabilidade na elaboração de estimativa de custos dos produtos e serviços objeto deste contrato.	Grave	Por ocorrência
10	Não observar as condições estabelecidas no presente contrato para o fornecimento de bens e de serviços especializados à **PREFEITURA MUNICIPAL DE CUIABÁ**.	Média	Semestral

11	Não observar os prazos estabelecidos pela **PREFEITURA MUNICIPAL DE CUIABÁ** na condução dos serviços objeto deste contrato.	Média	Por ocorrência
12	Provocar prejuízos e danos à **PREFEITURA MUNICIPAL DE CUIABÁ** devido a sua demora, omissão ou erro, na condução dos serviços objeto deste contrato.	Grave	Por ocorrência
13	Não tomar providências, imediatamente, em casos de alterações, rejeições, cancelamentos ou interrupções de um ou mais serviços, mediante comunicação da **PREFEITURA MUNICIPAL DE CUIABÁ.**	Grave	Por ocorrência
14	Não repassar à **PREFEITURA MUNICIPAL DE CUIABÁ** todas as vantagens obtidas em negociação de compra de mídia, incluídos os eventuais descontos e as bonificações na forma de espaço, tempo ou reaplicações que tenham sido concedidos por veículo de divulgação.	Grave	Por ocorrência
15	Não repassar à **PREFEITURA MUNICIPAL DE CUIABÁ** o desconto de antecipação de pagamento, caso esta venha a saldar compromisso antes do prazo estipulado.	Grave	Por ocorrência
16	Sobrepor os planos de incentivo aos interesses da **PREFEITURA MUNICIPAL DE CUIABÁ**, preterindo veículos de divulgação que não os concedam ou priorizando os que os ofereçam.	Grave	Por ocorrência
17	Não negociar as melhores condições de preço, até os percentuais máximos estabelecidos neste contrato, no tocante aos direitos patrimoniais sobre trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos de autor e conexos e aos direitos patrimoniais sobre obras consagradas, nos casos de reutilizações de peças publicitárias da **PREFEITURA MUNICIPAL DE CUIABÁ.**	Grave	Por ocorrência
18	Não incluir cláusula de alerta em seus pedidos de cotação junto a fornecedores de bens e de serviços especializados, quando pertinente, no sentido de que, na produção de peças publicitárias destinadas à veiculação pelas emissoras de televisão e em salas cinematográficas, seja considerado o disposto nos arts. 44 a 46 da Lei nº 12.288/2010 (Igualdade racial).	Média	Por ocorrência
19	Contratar fornecedores de bens e de serviços especializados ou reservar e comprar espaço ou tempo publicitário de veículos de divulgação, relacionados à execução deste contrato, sem a autorização prévia e por escrito da **PREFEITURA MUNICIPAL DE CUIABÁ**.	Grave	Por ocorrência

20	Não providenciar Termo de Conduta, segundo o qual o veículo se responsabiliza pelos seus conteúdos ou de sites parceiros, declarando estar de acordo com os termos do Marco Civil da Internet, de forma a evitar ações publicitárias da **PREFEITURA MUNICIPAL DE CUIABÁ** em veículos de divulgação que promovam conteúdos ou atividades ilegais.	Média	Por ocorrência
21	Não apresentar à **PREFEITURA MUNICIPAL DE CUIABÁ**, para autorização do plano de mídia de cada ação ou campanha publicitária, relação dos meios, praças e veículos de divulgação dos quais será possível e dos quais se revela impossível obter o relatório de checagem de veiculação, a cargo de empresa independente.	Leve	Por ocorrência
22	Cotar preços para o fornecimento de bens ou de serviços especializados junto a fornecedores em que: um mesmo sócio ou cotista participe de mais de um fornecedor em um mesmo procedimento de cotação; e que algum dirigente ou empregado da **AGÊNCIA CONTRATADA** tenha participação societária ou vínculo comercial ou de parentesco até o terceiro grau.	Grave	Por ocorrência
23	Realizar despesas com bens e serviços especializados prestados por fornecedores, com veiculação e com qualquer outra despesa relacionada com este contrato, sem a autorização prévia da **PREFEITURA MUNICIPAL DE CUIABÁ**.	Grave	Por ocorrência
24	Recusar a encaminhar, sempre que solicitado pela **PREFEITURA MUNICIPAL DE CUIABÁ**, sem ônus para esta, cópia de peças produzidas, desde que não seja para uso em veiculação em mídia paga, nos seguintes formatos: TV e Cinema – cópias em Pendrive em arquivos digitais; Internet – cópias em Pendrive; Rádio – cópias Pendrive, em arquivos digitais; Mídia impressa e outros materiais publicitários – cópias em Pendrive, com arquivos em alta resolução e finalizados, sendo uma cópia aberta e outra fechada.	Leve	Por ocorrência

25	Não zelar pelo irrestrito e total sigilo sobre quaisquer dados que lhe sejam fornecidos em decorrência da execução contratual, sobretudo quanto à estratégia de atuação da **PREFEITURA MUNICIPAL DE CUIABÁ**.	Grave	Por ocorrência
26	Divulgar informações acerca da prestação dos serviços objeto deste contrato, mesmo que acidentalmente, sem a prévia e expressa autorização da **PREFEITURA MUNICIPAL DE CUIABÁ**.	Grave	Por ocorrência
27	Recusar o ressarcimento à **PREFEITURA MUNICIPAL DE CUIABÁ** de qualquer dano ou prejuízo oriundo de eventual quebra de sigilo das informações fornecidas.	Grave	Por ocorrência
28	Não prestar o devido esclarecimento à **PREFEITURA MUNICIPAL DE CUIABÁ** sobre eventuais atos ou fatos desabonadores noticiados que envolvam à **AGÊNCIA CONTRATADA**.	Grave	Por ocorrência
29	Caucionar ou utilizar o presente contrato como garantia para qualquer operação financeira.	Grave	Por ocorrência
30	Não cumprir todas as leis e posturas, federais, estaduais e municipais pertinentes ao objeto deste contrato.	Grave	Por ocorrência
31	Não cumprir a legislação trabalhista e securitária com relação a seus empregados.	Grave	Por ocorrência
32	Não manter durante a execução deste contrato todas as condições de habilitação e qualificação, exigidas na concorrência que deu origem a este instrumento.	Grave	Semestral
33	Não apresentar, quando solicitado pela **PREFEITURA MUNICIPAL DE CUIABÁ**, a comprovação de estarem sendo satisfeitos todos os seus encargos e obrigações trabalhistas, previdenciários e fiscais.	Média	Por ocorrência
34	Gerar prejuízos e infrações à **PREFEITURA MUNICIPAL DE CUIABÁ** na prestação dos serviços objeto deste contrato.	Grave	Por ocorrência

35	Não realizar de forma devida o pagamento de tributos e taxas que forem devidos em decorrência do objeto deste contrato, bem como as contribuições devidas à Previdência Social, os encargos trabalhistas, prêmios de seguro e de acidentes de trabalho, os encargos que venham a ser criados e exigidos pelos Poderes Públicos e outras despesas que se fizerem necessárias ao cumprimento do objeto pactuado.	Grave	Por ocorrência
36	Não observar na execução dos serviços as boas práticas de sustentabilidade ambiental, de otimização de recursos, de redução de desperdícios e de redução da poluição.	Média	Semestral
37	Demora na constituição, em parceria com as outras agências contratadas, de um acervo da propaganda da **PREFEITURA MUNICIPAL DE CUIABÁ**, em meio virtual, com as peças produzidas durante a execução deste contrato e com banco de imagens.	Grave	Por ocorrência

17.7 As penalidades decorrentes das condutas tipificadas acima podem ser aplicadas cumulativamente entre si, desde que seu somatório não ultrapasse 10% (dez por cento) do valor atualizado da contratação, sem prejuízo das demais sanções dispostas.

17.8 No ato de advertência, a Prefeitura Municipal de Cuiabá, estipulará prazo para o cumprimento da obrigação ou responsabilidade assumida contratualmente e para a correção das ocorrências que possam acarretar transtornos ao desenvolvimento dos serviços.

17.9 A suspensão temporária de participação da seleção interna será aplicada quando, vencido o prazo estipulado na advertência, a agência contratada continuar inadimplente em relação ao fato que deu origem à sanção.

17.10 A multa moratória poderá ser cobrada pelo atraso injustificado no cumprimento do objeto ou de prazos estipulados.

17.11 O atraso sujeitará a agência contratada à multa de:

III – 0,33% (zero vírgula trinta e três 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;

IV – 0,66% (zero vírgula sessenta e seis por cento) por dia de atraso, na entrega de material ou execução de serviço, a contar do primeiro dia útil da respectiva data fixada, calculada sobre o valor correspondente à obrigação não cumprida, em caráter excepcional, se houve justificativa plausível, a juízo da Prefeitura Municipal de Cuiabá, quando o atraso ultrapassar 30 (trinta) dias.

17.12 O atraso injustificado superior a 30 (trinta) dias na entrega de material ou execução de serviço poderá caracterizar a inexecução total deste contrato, a juízo da Prefeitura Municipal de Cuiabá.

17.13 A agência contratada estará sujeita à multa compensatória de:

II - 1% (um por cento), calculada sobre o valor da nota fiscal correspondente ao material ou ao serviço em que tenha ocorrida a falta, quando caracterizada a inexecução parcial ou a execução insatisfatória deste contrato;

III - 1% (um por cento), calculada sobre o valor que reste executar deste contrato ou sobre o valor da dotação orçamentária que reste executar, o que for menor, pela:

a) inexecução total deste contrato;

b) pela interrupção da execução deste contrato, sem prévia autorização da Prefeitura Municipal de Cuiabá.

V - 0,07% (zero vírgula zero sete por cento) do valor deste contrato ou do valor da dotação orçamentária, o que for menor, por dia de atraso, observado o máximo de 2% (dois por cento) pela recusa injustificada em apresentar a garantia prevista neste contrato;

VI até 1% (um por cento) sobre o valor que reste executar deste contrato ou sobre o valor da dotação orçamentária que reste executar, o que for menor, pelo descumprimento de qualquer cláusula contratual, respeitado o acima disposto neste subitem.

17.14 A suspensão do direito de licitar e contratar com a Administração Pública poderá ser aplicada à agência de publicidade se, por culpa ou dolo, prejudicar ou tentar prejudicar a execução deste ajuste, nos seguintes prazos e situações:

I - por até 06 (seis) meses:

d) atraso no cumprimento das obrigações assumidas contratualmente, que tenha acarretado prejuízos financeiros para a Prefeitura Municipal de Cuiabá;

e) execução insatisfatória do objeto deste contrato, se antes tiver havido aplicação da sanção de advertência ou multa, na forma descrita anteriormente.

II - por até 02 (dois) anos:

h) não conclusão dos serviços contratados;

i) prestação do serviço em desacordo com as especificações constantes no documento de Autorização de Produção ou no documento de Autorização de Veiculação, depois da solicitação de correção efetuada pela Prefeitura Municipal de Cuiabá;

j) cometimento de quaisquer outras irregularidades que acarretem prejuízo à Prefeitura Municipal de Cuiabá, ensejando a rescisão deste contrato por sua culpa;

k) condenação definitiva por fraude fiscal no recolhimento de quaisquer tributos e contribuições, praticada por meios dolosos;

l) apresentação, à Prefeitura Municipal de Cuiabá, de qualquer documento falso ou falsificado, no todo

ou em parte, com o objetivo de participar da licitação que deu origem a este contrato, que venha ao conhecimento da Prefeitura Municipal de Cuiabá após a assinatura deste contrato, ou para comprovar, durante sua execução, a manutenção das condições apresentadas na habilitação;

m) ocorrência de ato capitulado como crime pela Lei nº 14.133/2021, praticado durante o procedimento licitatório, que venha ao conhecimento da Prefeitura Municipal de Cuiabá após a assinatura do contrato;

n) 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 Prefeitura Municipal de Cuiabá.

17.15 A declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com a Administração Pública será aplicada quando constatada má-fé, ação maliciosa e premeditada em prejuízo da Prefeitura Municipal de Cuiabá, atuação com interesses escusos, reincidência em faltas que acarretem prejuízo à Prefeitura Municipal de Cuiabá ou aplicações anteriores de sucessivas outras sanções.

17.16 A declaração de inidoneidade será aplicada à Prefeitura Municipal de Cuiabá 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 Prefeitura Municipal de Cuiabá, 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 Prefeitura Municipal de Cuiabá.

17.17 A declaração de inidoneidade implica proibição da Prefeitura Municipal de Cuiabá 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 agência ressarcir a Prefeitura Municipal de Cuiabá pelos prejuízos resultantes e depois de decorrido o prazo da sanção aplicada.

17.18 Da aplicação das sanções de advertência, suspensão temporária de participação da seleção interna, multa e suspensão do direito de licitar ou contratar com a Administração caberá recurso, no prazo de 05 (cinco) dias úteis, contados do primeiro dia útil subsequente ao do recebimento da comunicação.

17.19 O recurso referente à aplicação de sanções deverá ser dirigido à autoridade imediatamente superior, por intermédio daquela responsável pela sua aplicação, a qual poderá reconsiderar sua decisão, no prazo de 05 (cinco) dias úteis, ou, nesse mesmo prazo, enviá-lo à instância superior, devidamente motivado, devendo, neste caso, a decisão ser proferida dentro do prazo de 05 (cinco) dias úteis, contados do recebimento do recurso, conforme especificado a seguir:

a) a advertência, a suspensão temporária de participação da seleção interna e a multa: pela autoridade competente ou por outro servidor por ela designado;

d) suspensão do direito de licitar ou contratar com a Administração Pública: pela autoridade competente ou por outro servidor por ela designado.

17.20 sanções aqui previstas são independentes entre si, podendo ser aplicadas isoladas ou cumulativamente, sem prejuízo de outras medidas cabíveis, respondendo ainda a agência contratada por qualquer indenização suplementar no montante equivalente ao prejuízo excedente que causar, na forma do parágrafo único do art. 416 do Código Civil Brasileiro.

17.21 A aplicação das sanções previstas neste contrato não exclui a possibilidade de aplicação de outras, previstas na Lei nº 14.133/2021, incluída a responsabilização da agência contratada por eventuais perdas e danos causados à Prefeitura Municipal de Cuiabá.

17.22 O valor das multas poderá ser descontado da garantia constituída, do valor da fatura de qualsquer serviços referentes ao presente contrato, cobrado diretamente ou, ainda, quando for o caso, cobrado judicialmente da agência contratada, ressalvado os valores devidos a terceiros, fornecedores, veículos e demais meios de comunicação.

17.23 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 Prefeitura Municipal de Cuiabá.

CLÁUSULA 18ª: MATRIZ DE ALOCAÇÃO DE RISCO

18.1

Evento de risco	Alocação	Consequência
Alteração do quantitativo contratado	Município	Aditivo contratual
Alteração do projeto	Município	Reequilíbrio contratual
Criação, extinção ou alteração de tributos, taxas ou encargos	Município	Reequilíbrio contratual
Atraso no pagamento	Município	Juros e atualização monetária
Problemas com empregados do contratado	Contratado	Manutenção do valor
Erros na execução	Contratado	Correção com manutenção do valor
Atrasos e inadimplementos	Contratado	Glosa do valor não executado e aplicação de penalidades
Oscilações de mercado dos insumos até 5% acima da variação média do ano anterior	Contratado	Manutenção do valor
Oscilações de mercado dos insumos acima de 5% da variação média do ano anterior	Município	Reequilíbrio contratual
Outros eventos não previstos caracterizados como caso fortuito, força maior, fato do príncipe ou fato da administração	Município	Reequilíbrio contratual

18.2 O fiscal do contrato acompanhará os mecanismos de mitigação dos riscos previstos na matriz de risco contratual.

CLÁUSULA 19ª: DAS ALTERAÇÕES

19.1 O presente contrato poderá ser alterado pelo contratante para acrescer, suprimir o quantitativo contratado ou modificar as especificações técnicas do objeto, respeitado o limite legal, mantendo inalteradas as demais condições contratuais.

19.2 Em caso de acréscimo de quantitativo, poderá ser realizado o ajuste no prazo de vigência e no cronograma.

CLÁUSULA 20ª: DO REAJUSTE E REEQUILÍBRIO DE PREÇOS

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

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

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

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

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

20.6 O reequilíbrio econômico-financeiro ocorrerá por meio de termo aditivo e, quando em favor do contratado, dependerá de prévia solicitação e demonstração de que a(s) ocorrência(s) inviabiliza(m) a execução do contrato nos termos inicialmente ajustados, por meio de documentos pertinentes e suficientes, acompanhados das memórias de cálculo.

20.7 A solicitação será endereçada ao fiscal do contrato.

20.8 O contratante analisará o pedido de reequilíbrio econômico-financeiro e se manifestará em 25 (vinte) dias, a partir do recebimento do pedido ou dos documentos complementares, se forem requisitados. Se o reequilíbrio econômico-financeiro for admitido, será formalizado o aditivo contratual, no prazo de 5 (cinco) dias úteis.

20.9 A necessidade de reequilíbrio econômico-financeiro do contrato em favor do contratante será comunicada previamente ao contratado, de forma devidamente fundamentada e demonstrada para a pertinente manifestação e concordância, levando à extinção contratual, sem penalidades, nos casos em que não houver acordo sobre o novo valor.

20.10 Nos casos de reequilíbrio econômico-financeiro em favor do contratante, será apresentado ao contratado memória de cálculo com o decréscimo de valor, com proposição de redução do contrato, que deverá ser realizada por acordo entre as partes.

20.11 Na hipótese de não ser possível o acordo entre as partes, o contrato será rescindido, sem ônus para nenhuma das partes.

20.12 Formalizado o reequilíbrio econômico-financeiro, este produzirá efeitos retroativos à data do fato gerador, devendo, as subsequentes notas fiscais emitidas pelo contratado e os pagamentos realizados pelo contratante, observar os novos valores.

20.13 O pedido de restabelecimento do equilíbrio econômico-financeiro deverá ser formulado durante a vigência do contrato e antes de eventual prorrogação.

20.14 Caberá recurso contra a decisão do pedido de reequilíbrio econômico-financeiro, que deverá ser endereçado à autoridade que indeferiu o pedido, no prazo de 5 (cinco) dias úteis, a partir da notificação da decisão.

20.15 O pedido de reequilíbrio econômico-financeiro deverá ser encaminhado à secretaria demandante, que analisará a comprovação dos fatos e verificará a compatibilidade com os preços de mercado.

20.16 A secretaria demandante terá o prazo de 10 (dez) dias úteis para julgar o pedido de reequilíbrio econômico-financeiro, a partir do recebimento do pedido ou dos documentos complementares, se forem requisitados.

20.17 A concessão do reequilíbrio econômico-financeiro terá efeitos a partir da data do fato gerador ou, não sendo possível a identificação do fato gerador, a data do pedido de reequilíbrio econômico-financeiro da solicitação, com efeitos para todo o saldo contratual, e alterará a data-base para reajuste contratual para a data de início dos efeitos do reequilíbrio econômico-financeiro concedido.

CLÁUSULA 21ª: PROTEÇÃO DE DADOS

21.1. As partes se obrigam a cumprir a Lei Geral de Proteção de Dados - Lei nº 13.709/2018, no que for cabível em face do objeto deste contrato, em especial a:

21.1.1. guardar sigilo quanto aos dados pessoais aos quais eventualmente tenham acesso em razão da execução do objeto deste contrato;

21.1.2. tratar os dados pessoais recebidos de acordo com a finalidade da contratação, de modo legítimo e lícito, entendendo-se por tratamento de dados os atos que se refiram a coleta, produção, recepção, classificação, utilização, acesso, reprodução, transmissão, distribuição, processamento, arquivamento, armazenamento, eliminação, avaliação ou controle da informação, modificação, comunicação, transferência, difusão ou extração de dados;

21.1.3. garantir ao titular de dados a consulta gratuita e facilitada aos seus dados pessoais, bem como a forma, duração e finalidade do tratamento;

21.1.4. não utilizar os dados pessoais recebidos ou tratá-los com fins discriminatórios, ilícitos, abusivos ou para finalidade distinta da contratação;

21.1.5. fazer uso somente dos dados pessoais que forem imprescindíveis à execução do objeto;

21.1.6. adotar todas as medidas previstas em lei para evitar o vazamento de dados pessoais que receber ou o acesso por pessoal não autorizado;

21.1.7. em caso de vazamento de dados pessoais, adotar as providências necessárias para mitigar as consequências do dano, informando ao contratante, no prazo de até 48 (quarenta e oito) horas:

21.1.7.1. a descrição da natureza dos dados pessoais afetados;

21.1.7.2. as informações sobre os titulares envolvidos;

21.1.7.3. a indicação das medidas técnicas e de segurança utilizadas para a proteção dos dados, observados os segredos comercial e industrial;

21.1.7.4. os riscos relacionados ao incidente;

21.1.7.5. os motivos da demora, no caso de a comunicação não ter sido imediata; e

21.1.7.6. as medidas que foram ou que serão adotadas para reverter ou mitigar os efeitos do prejuízo.

21.1.8. demonstrar, sempre que solicitado, a adoção de medidas eficazes para comprovar a observância e o cumprimento das normas de proteção de dados;

21.1.9. utilizar medidas técnicas e organizacionais de modo a proteger os dados pessoais de tratamento não autorizado;

21.1.10. armazenar os dados somente pelo período necessário para cumprir as obrigações contratuais e legais;

21.1.11. apagar todos os dados pessoais quando solicitado pelo contratante ou, não sendo possível, justificar com a base legal ou contratual a retenção dos dados;

21.1.12. anonimizar os dados pessoais quando solicitado pelo contratante, ou, não sendo possível, justificar com a base legal ou contratual; e

21.1.13. não compartilhar com terceiros, em hipótese alguma, os dados pessoais que receber em decorrência do contrato.

21.1.14. O contratado ficará obrigado a reparar os danos patrimoniais ou morais, individuais ou coletivos, que sua ação ou omissão, no exercício da atividade de tratamento de dados pessoais relativas a este contrato, em violação à legislação de proteção de dados pessoais, causarem ao contratante ou a terceiros, sem prejuízo das demais sanções contratuais.

CLÁUSULA 22ª: FISCALIZAÇÃO DO CONTRATO

22.1. A fiscalização da execução contratual será exercida por [NOME DO FISCAL], e-mail: [e-mail do fiscal], e a gestão do contrato será realizada por [NOME DO GESTOR], e-mail: [e-mail do gestor], designados nos termos do art. 117 da Lei nº 14.133/2021.

22.2. O representante da contratada, na qualidade de preposto, será o(a) Sr(a). [NOME DO PREPOSTO], responsável por acompanhar a execução do objeto contratual, manter interlocução com a Administração e cumprir as determinações do gestor e do fiscal do contrato.

22.3. Eventuais alterações da equipe de fiscalização deverão ser formalizadas mediante Portaria expedida pela Secretaria Municipal de Comunicação, a qual deverá ser publicada no Diário Oficial do Município, ficando dispensada a necessidade de termo de apostilamento e/ou aditivo contratual.

22.4. A atualização e inserção das alterações no sistema e-Jade, ou em eventual plataforma que venha a substituí-lo, constituem atribuição da Secretaria Demandante, que detém a responsabilidade de manter os registros atualizados e condizentes com a realidade da execução contratual, assegurando a efetividade do controle administrativo das informações.

22.5 Caberá a Secretária Municipal de Comunicação designar a equipe de fiscalização por meio de Portaria, que será publicada na Gazeta Municipal de Cuiabá, conforme prevê o Artigo 117, caput, da Lei nº 14.133/21.

22.6 A gestão do contrato pretendido com as agências de publicidade será realizada pela Secretaria Municipal de Comunicação em subordinação à Diretoria Administrativa e Financeira.

22.7 A gestão e fiscalização do contrato em nada restringirão a responsabilidade das agências contratadas pela execução dos serviços.

22.8 As agências contratadas permitirão e oferecerão condições para a mais ampla e completa fiscalização, gestão e instrução documental, do contrato, fornecendo informações, relatórios, em documentos padronizados pela Secretaria Municipal de Comunicação, propiciando o acesso à documentação pertinente e aos serviços em execução e atendendo às observações e às exigências apresentadas pela fiscalização.

22.9 As agências contratadas se obrigarão a permitir que a auditoria interna da Prefeitura Municipal de Cuiabá ou auditoria externa por este indicada tenham acesso a todos os documentos que digam respeito à execução do contrato firmado.

22.10 Serão anotadas registradas todas as ocorrências relacionadas com a execução contratual, cabendo às agências contratadas atenderem, no prazo estipulado pela Secretaria Municipal de Comunicação às determinações para regularização das faltas ou defeitos observados.

22.11 A Secretaria Municipal de Comunicação realizará, anualmente, avaliação da qualidade do atendimento, do nível técnico dos trabalhos, dos resultados concretos dos esforços de comunicação sugeridos pelas agências contratadas.

22.12 Sem prejuízo de outras finalidades com objetivo semelhante ou complementar, a avaliação semestral será considerada instrumento para:

I - solicitar às agências contratadas a melhora da qualidade dos serviços prestados;

II – subsidiar decisão sobre prorrogação e rescisão contratual;

III – subsidiar declaração sobre desempenho das agências contratadas

CLÁUSULA 23ª: DA SUBCONTRATAÇÃO

23.1 As agências não poderão subcontratar outra agência de propaganda para a execução dos serviços. Embora a Lei 14.133/2021 permita a subcontratação parcial de obras, serviços ou fornecimentos, a proibição da subcontratação total de serviços de publicidade é uma especificidade que visa garantir a qualidade e a responsabilidade da agência contratada. As agências contratadas são responsáveis pela execução intelectual e pela entrega final do serviço, não podendo transformar-se em mera intermediária ou administradora de contratos.

CLÁUSULA 24ª: MEIOS ALTERNATIVOS DE SOLUÇÃO DE CONTROVÉRSIA

24.1 Dentre as possibilidades elencadas no art. 151 da Lei nº 14.133/2021, as partes buscarão a solução consensual das eventuais controvérsias, por meio da mediação.

24.1.1 Nos casos em que ocorrerem eventuais discordâncias na execução do contrato, o representante legal será convidado a uma reunião para dirimir a questão junto a autoridade máxima do órgão, ou eventual representante designado, para encontrar uma solução viável que atenda o interesse público e os anseios da contratada. Para essa reunião será indicado um mediador, em comum acordo das partes e que irá participar do processo, devendo garantir a confidencialidade, e deverá ter foco nos interesses subjacentes das partes auxiliando na solução da controvérsia e ajudando as partes a chegar a um acordo que seja aceitável para ambas as partes.

CLÁUSULA 25ª: FORMAS DE COMUNICAÇÃO ENTRE CONTRATANTE E CONTRATADO

25.1 É facultada a qualquer das partes, a solicitação de reunião, devendo ser observadas as exigências do art. 164 do Decreto Municipal nº 9.650/2023.

25.2 O contratado deverá comunicar-se com o contratante através do fiscal do contrato e seu substituto, em regra por e-mail, sendo admitidos outros meios de comunicação, desde que posteriormente formalizado no processo.

25.3 Todas as reclamações ou solicitações do contratado serão registradas nos autos do processo de gestão e fiscalização e respondidas no prazo de 30 (trinta) dias, admitida, desde que justificada, a

prorrogação desse prazo, exceto o pedido de reequilíbrio econômico-financeiro, que tem prazo diferenciado.

25.4 O prazo de resposta será suspenso em caso de solicitação de informações ou realização de diligências pelo contratante, sendo retomado quando obtida a informação.

25.5 Na hipótese de não ser cumprido o prazo de resposta, será facultado ao contratado apresentar denúncia à Controladoria-Geral do Município para fins de responsabilização do servidor.

CLÁUSULA 26ª: EXTINÇÃO DO CONTRATO

26.1 A extinção do presente contrato será regulada pelas normas previstas nos arts. 137 a 139 da Lei nº 14.133/2021.

26.2 A extinção do contrato deverá ser formalmente motivada nos autos, assegurados o contraditório e a ampla defesa.

26.3 Quando a extinção decorrer de culpa exclusiva do contratante, o contratado será ressarcido dos prejuízos regularmente comprovados que houver sofrido, bem como terá direito aos pagamentos das parcelas executadas até a data da extinção do contrato.

26.4 Na extinção do contrato determinada por ato unilateral, o contratante poderá reter dos créditos decorrentes do contrato até o limite dos prejuízos sofridos e das multas aplicadas, desde que já apurados em processo administrativo.

CLÁUSULA 27ª: FORO

27.1 A Comarca de Cuiabá/Estado de Mato Grosso fica eleito o foro competente para dirimir qualquer dúvida decorrente do presente contrato, com renúncia de qualquer outro.

27.2 E assim, por estarem às partes justas e contratadas, foi lavrando o presente instrumento em 02 (duas) vias de igual teor em forma que, lido e achado conforme pelas PARTES, vai por elas assinado para que produza todos os efeitos de direito na presença das testemunhas abaixo identificadas.

Cuiabá-MT, ... de ..... de .....

Município de Cuiabá Secretária demandante

CONTRATADO

Testemunhas:

Nome:

CPF: Assinatura:

Nome:

CPF Assinatura:

INDICAÇÃO DE EQUIPE DE FISCALIZAÇÃO

GESTOR DO CONTRATO	Nome: Fernanda Pereira Simeone Borges de Figueiredo Matrícula: 4928160 E-mail funcional: fernanda.simeone@cuiaba.mt.gov.br CIÊNCIA:_____
FISCAL	Nome: Wilmar Lucas Neto Matrícula:4928401 E-mail funcional: wilmar.neto@cuiaba.mt.gov.br CIÊNCIA:_____
SUPLENTE DE FISCAL	Nome: X Matrícula: E-mail funcional: @cuiaba.mt.gov.br CIÊNCIA:_____