

**EDITAL DE LICITAÇÃO****CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº. 01/2023****PROCESSO ADMINISTRATIVO: 779972/2022**

Regido pela Lei Federal n.º 8.666/1993, e alterações posteriores, pelas Leis Complementares Federais n.º 101/2000 e n.º 123/2006, e demais normas Federais e Municipais pertinentes ao caso.

OBJETO:	<p>O objeto desta licitação é a contratação de agências de propaganda para prestação de serviços de publicidade para a prefeitura municipal de várzea grande sem segregação em lotes, itens ou contas publicitárias, cujas atividades têm por objetivo: estudo, planejamento, conceituação, concepção, criação, intermediação, supervisão, execução de estratégias, e ações de publicidade e atividades complementares, com a finalidade de dar publicidade e divulgar as políticas públicas, divulgar as ações de governo do poder executivo municipal da administração pública e indireta, para informar o público em geral.</p> <p>PERIODO DE EXECUÇÃO: 12 MESES.</p>
----------------	---

TIPO DE LICITAÇÃO:	MELHOR TÉCNICA E PREÇO
REGIME DE EXECUÇÃO:	Execução por Preço Global
SESSÃO PÚBLICA: 12/04/2023	HORÁRIO: 09h00min (horário local)
LOCAL DA SESSÃO PÚBLICA:	AUDITÓRIO DA CÂMARA MUNICIPAL DE VÁRZEA GRANDE Avenida Alzira Santana n. 1.741, Bairro Nova Várzea Grande, CEP nº 78.130-154, Várzea Grande-MT.
COMISSÃO DE LICITAÇÃO:	Portaria nº 001/SECOM/2023
VALOR ESTIMADO	R\$12.500.000,00 (doze milhões e quinhentos mil reais)
DO EDITAL E ANEXOS	O Edital e anexos estão disponíveis no menu "Licitação" da página da Prefeitura Municipal de Várzea Grande: http://www.varzeagrande.mt.gov.br/arquivos/100/3965

PARECER APROVADO PELA PROCURADORIA GERAL DO MUNICÍPIO: nº. 048/2023.



1. PREÂMBULO

- 1.1. O Município de Várzea Grande, representado pela Prefeitura Municipal, pessoa jurídica de direito público, inscrita no CNPJ nº. 03. 507.548/0001-10, situada na Av. Castelo Branco nº. 2500, bairro Água Limpa, Várzea Grande - MT, através da **Secretaria Municipal de Comunicação Social**, por intermédio da autoridade competente a Senhor **Pedro Marcos Campos Lemos**, torna público para conhecimento de todos os interessados que fará realizar licitação, na modalidade **CONCORRÊNCIA PÚBLICA** Nº 01/2023, do tipo **"TÉCNICA E PREÇO"**, sob o regime **de execução indireta de empreitada por preço GLOBAL**, a ser realizada **12 de abril de 2023, às 09:00 horas**, no AUDITÓRIO da CÂMARA MUNICIPAL DE VÁRZEA, situada a Avenida Alzira Santana n. 1.741, Bairro Nova Várzea Grande, CEP nº 78.130-154, Várzea Grande-MT, e será conduzido por meio da Comissão Especial de Licitação – CEL, designada pela Portaria nº 001/SECOM/2023.
- 1.2. **FUNDAMENTAÇÃO LEGAL:** A presente licitação será processada nos termos das Leis nacionais nº 12.232/2010, nº 4.680/65 e subsidiariamente, Leis nº 8.666/93, Lei Complementar nº 123/06, Lei Municipal nº 3.515/2010 e demais legislações complementares (Decreto nº 7892/2013 e Decreto Municipal nº 09/2010) e será processado nos autos do GESPRO 779972/2022 foi regularmente autorizada pela Procuradoria Geral do Município, após exame e parecer da assessoria jurídica, nos termos do parágrafo único, do art. 38, da Lei de Licitações e Contratos.
- 1.3. Os interessados poderão retirar o Edital e demais anexos, diretamente no Portal do Município de Várzea Grande/MT (www.varzeagrande.mt.gov.br) no menu "Licitação";
- 1.4. Em casos de impossibilidade técnica de visualização e download do Edital e anexos, junto ao Portal Eletrônico, esses poderão ser através de mídia gravada em dispositivo do interessado, na Superintendência de Licitação da Prefeitura sito a Avenida Castelo Branco n. 2.500, Água Limpa, CEP 78.125-700, em dias úteis, das 08h00min às 12h00min e das 14h00min às 17h00min.
- 1.5. Todas as informações pertinentes ao processo (Suspensão - Prorrogação - Revogação - Retificação - Resultados - etc.), serão disponibilizadas no site www.varzeagrande.mt.gov.br no campo Licitações, razão pela qual as empresas interessadas deverão consultá-lo constantemente para se manterem atualizadas.
- 1.6. A Prefeitura Municipal de Várzea Grande/MT, não se responsabilizará pelo edital, documentos técnicos, planilhas, formulários e demais informações, obtidos ou conhecidos de forma ou em local diverso do disposto acima.
- 1.7. Este Edital e seus anexos foram devidamente analisados, aprovados e autorizados pelas autoridades competentes, bem como pela procuradoria Geral, conforme consta nos autos do processo administrativo indicado na capa deste edital.



2. DO OBJETO

2.1. CONTRATAÇÃO DE AGÊNCIAS DE PROPAGANDA PARA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE PARA A PREFEITURA MUNICIPAL DE VÁRZEA GRANDE SEM SEGREGAÇÃO EM LOTES, ITENS OU CONTAS PUBLICITÁRIAS, CUJAS ATIVIDADES TÊM POR OBJETIVO: ESTUDO, PLANEJAMENTO, CONCEITUAÇÃO, CONCEPÇÃO, CRIAÇÃO, INTERMEDIACÃO, SUPERVISÃO, EXECUÇÃO DE ESTRATÉGIAS, E AÇÕES DE PUBLICIDADE E ATIVIDADES COMPLEMENTARES, COM A FINALIDADE DE DAR PUBLICIDADE E DIVULGAR AS POLÍTICAS PÚBLICAS, DIVULGAR AS AÇÕES DE GOVERNO DO PODER EXECUTIVO MUNICIPAL DA ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA E INDIRECTA, PARA INFORMAR O PÚBLICO EM GERAL.

2.2. DAS ESPECIFICIDADES DO OBJETO

2.2.1. Compreendem os serviços de publicidade o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o objetivo de informação ao público em geral.

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

- a) À produção e execução técnica das peças e projetos criados;
- b) Ao planejamento e execução de pesquisas e outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento relacionados a determinada ação publicitária;
- c) A criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando à expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias desenvolvidas.

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

- a) Gerar conhecimento sobre o mercado ou o ambiente de atuação da Prefeitura Municipal de Várzea Grande, o público-alvo, os veículos de divulgação nos quais serão difundidas as campanhas ou peças;
- b) Aderir a eficácia do desenvolvimento estratégico, da criação e da divulgação de mensagens;
- c) Possibilitar a avaliação dos resultados das campanhas ou peças, vedada a inclusão de matéria estranha ou sem pertinência temática com a ação publicitária.



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

2.2.4.1. Não se incluem no conceito de patrocínio mencionado no subitem 2.2.4 o patrocínio de mídia – assim entendidos os projetos de veiculação em mídia ou em instalações, dispositivos e engenhos que funcionem como veículo de divulgação – e o patrocínio da transmissão de eventos esportivos, culturais ou de entretenimento comercializados por veículo de divulgação.

2.2.5. Para a prestação de serviços serão contratadas 03 (três) agências de propaganda, doravante denominadas AGÊNCIAS, que tenham suas atividades disciplinadas pela Lei nº 4.680/65 e que possuam certificado de qualificação técnica de funcionamento, nos termos do art. 4º, caput, e §1º, da Lei nº 12.232/2010.

2.2.5.1. A (s) Agência (s) atuará (ao) de acordo com solicitação da Prefeitura Municipal de Várzea Grande, indistinta e independentemente de sua classificação nesta licitação e não terão, particularmente, exclusividade em relação a nenhum dos serviços objeto desta licitação, salvo as exceções previstas no Processo de Seleção Interna (anexo II).

2.2.5.2. As agências atuarão por conta e ordem da Prefeitura Municipal de Várzea Grande na contratação de fornecedores de bens e serviços especializados para a execução das atividades complementares a que se refere o subitem 3.3, e de veículos e demais meios de divulgação para a transmissão das mensagens publicitárias, devendo ser previamente autorizada pela Secretaria de Comunicação a reserva e/ou compra de espaço publicitário, na forma do art. 4º, §2º, da Lei nº 12.232/2010.

2.2.5.3. As agências não poderão subcontratar outra agência de propaganda para a execução dos serviços objeto desta licitação.

2.2.5.4. A indicação da Agência que executará as solicitações se dará conforme Procedimento de Seleção Interna, Anexo II do presente edital, nos termos do parágrafo 4º, do art. 2º, da Lei nº 12.232/2010.

2.3. DESCRIÇÃO DOS SERVIÇOS, QUANTIDADES E VALOR DE REFERÊNCIA.

2.3.1. As especificações detalhadas dos serviços, quantidades e o valor de referência unitário estão descritos no Termo de Referência, Anexo I que faz parte integrante deste Edital, independente de transcrição.



3. DO CRITÉRIO DE JULGAMENTO E REGIME DE EXECUÇÃO

- 3.1. O critério de julgamento será o de **TÉCNICA E PREÇO**, sob o regime de **execução indireta de EMPREITADA POR PREÇO GLOBAL**, conforme dispõe o artigo 5º da Lei nº 12.232/2010 c/com art. 10, II, "a" c/c 22, I e 23, II, "c" e por fim, artigo 45, §1º, inciso III todos da Lei nº 8.666, de 21 de junho de 1993.

4. DO VALOR ESTIMADO E DOS RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS

- 4.1. Os valores estimados pela **Secretaria de Comunicação Social** da Prefeitura Municipal de Várzea Grande para a execução dos serviços do objeto deste edital são de **R\$ 12.500.000,00 (doze milhões e quinhentos mil reais)**.
- 4.2. As despesas decorrentes da contratação, objeto desta Licitação, correrão à conta do recurso Próprio específicos consignados no orçamento da **Secretaria Municipal de Comunicação Social, Secretaria Municipal de Educação, Cultura, Esporte e Lazer e Secretaria Municipal Saúde** a seguir:

PROJETO ATIVIDADE	ELEMENTO DE DESPESA	FONTE	Secretaria
2055	3.3.90.39.00.00.00.00	999	Comunicação Social
2156	3.3.90.39.00.00.00.00	999	Comunicação Social
2269	3.3.90.39.00.00.00.00	304/203/204/205	Saúde
1052/2168/2263/2144/2240/2239	3.3.90.39.00.00.00.00	304/203/204/205	Educação

5. CONDIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO NA LICITAÇÃO

- 5.1. Poderão participar desta licitação as empresas que atenderem as condições deste Edital e seus anexos, apresentem propostas na data, prazo e local indicado no preâmbulo deste instrumento convocatório.
- 5.2. A empresa interessada em participar deverá enviar sua proposta ou encaminhá-la por meio de seu representante legalmente documentado para tanto.
- 5.3. Qualquer manifestação em relação à licitação no momento da abertura do certame fica condicionada à apresentação de documento de identificação e instrumento público ou particular de procuração, com firma reconhecida, e, ainda, cópia autenticada do contrato social.
- 5.3.1. Em se tratando de dirigente, sócio, proprietário ou assemelhado da empresa, esta



documentação que comprova a legitimidade do representante deverá ser apresentada fora dos invólucros na sessão de abertura.

- 5.3.2.** A não apresentação ou incorreção do documento de que trata o subitem anterior não implicará na inabilitação da licitante, mas impedirá o representante de se manifestar e responder pela mesma.
- 5.3.3.** Poderão estar presentes mais de um representante autorizado de cada licitante, porém, apenas um único representante poderá se manifestar durante a realização do certame, restando aos demais a condição de mero espectador.
- 5.3.4.** Não será admitida a participação de um mesmo representante para mais de uma empresa licitante.
- 5.4.** Em hipótese alguma serão concedidos prazos para apresentação de documentos que não forem entregues dentro dos invólucros nº 01, 02, 03, 04 e 05, exceto nos casos previstos no art. 48, §3º, da Lei nº 8.666/93.
- 5.5.** As MICROEMPRESAS e EMPRESAS DE PEQUENO PORTE, por ocasião da participação neste certame licitatório, deverão apresentar toda a documentação exigida para efeito de comprovação de regularidade fiscal, mesmo que esta apresente alguma restrição, juntamente com a Declaração de ser optante de MICROEMPRESA e EMPRESAS DE PEQUENO PORTE. Este documento deverá ser inserido no envelope "Habilitação" sob pena de não ser concedido os benefícios da Lei complementar nº 123/2006.
- 5.6.** As empresas que forem beneficiárias da Lei Complementar nº 123/2006 e estiverem com a documentação fiscal vencida, deverão requerer juntamente com a declaração, a entrega da documentação regular caso seja vencedora do certame.
- 5.7.** Não poderá participar desta licitação a empresa que:
- 5.7.1.** Esteja sob falência, concurso de credores, dissoluções, liquidações.
- 5.7.2.** Empresa declarada inidônea perante a Administração Pública, nos âmbitos Federal, Estadual e Municipal;
- 5.7.3.** Empresa declarada suspensa de licitar e contratar, ainda que temporariamente, no âmbito Municipal.
- 5.7.4.** Empresa reunida em consórcio, controladas, coligadas ou subsidiárias entre si.
- 5.7.5.** Empresa a qual seus Diretores, Responsáveis Técnicos ou Sócios figurem como funcionário, servidor ou ocupante e cargo comissionado na Prefeitura Municipal de Várzea Grande.
- 5.8.** Nenhuma licitante poderá participar deste processo licitatório com mais de uma Proposta.



6. DOS ESCLARECIMENTOS E IMPUGNAÇÕES

- 6.1. Qualquer cidadão é parte legítima para impugnar o presente Edital por irregularidade na aplicação da lei, devendo protocolar o pedido, junto a Comissão Especial de Licitação, até o quinto dia útil que anteceder a primeira sessão, onde ocorrerá o recebimento das Propostas Técnica e de Preço.
- 6.2. Decairá do direito de impugnar os termos deste Edital, perante a Administração, a licitante que não o fizer até o 2º (segundo) dia útil que anteceder a abertura do (s) invólucro (s) de habilitação e venha a apontar falhas ou irregularidades que o viciariam, hipótese em que tal comunicação não terá efeito de recurso.
- 6.3. A impugnação feita tempestivamente pela licitante não a impedirá de participar do processo licitatório até o trânsito em julgado da decisão a ela pertinente.
- 6.4. Os licitantes deverão observar que não devem utilizar-se de termos que possibilitem sua identificação perante a Subcomissão Técnica quando da formalização de pedidos de esclarecimento e impugnações.
- 6.5. Em qualquer fase desta licitação, sendo elas habilitação e julgamento das propostas, caberá recurso no prazo de 5 (cinco) dias úteis a contar da data da intimação do ato ou lavratura da ata, quando presentes todos os prepostos dos licitantes, ao ato em que foi adotada a decisão.
- 6.6. Os recursos serão dirigidos a Prefeita Municipal de Várzea Grande por intermédio da Comissão Especial de Licitação, a qual poderá reconsiderar sua decisão, no prazo de 05 (cinco) dias úteis ou, nesse mesmo prazo, encaminhá-los, devidamente informados, para apreciação e decisão da autoridade superior, devendo neste caso a decisão ser proferida dentro do prazo de 05 (cinco) dias úteis, contado do recebimento do processo, sob pena de responsabilidade.
- 6.7. Interposto o recurso será comunicado aos demais licitantes que poderão impugná-lo no prazo de 5 (cinco) dias úteis.
- 6.8. Os recursos referentes aos atos de habilitação e julgamento das propostas terão efeito suspensivo, podendo a autoridade competente, motivadamente e presente razões de interesse público, atribuir ao recurso interposto contra demais atos formalizados no presente processo licitatório a mesma eficácia suspensiva.
- 6.9. Não será conhecido o recurso cuja petição tenha sido apresentada fora do prazo e/ou subscrita por procurador não habilitado legalmente no processo para responder pela empresa.
- 6.10. Na contagem dos prazos será excluído o dia do início e incluído o dia do vencimento.
- 6.11. Nenhum prazo de recurso, representação ou pedido de reconsideração se inicia ou corre sem que os autos do processo estejam com vista franqueada aos interessados.



7. DA ENTREGA DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

- 7.1. A Proposta Técnica deverá ser entregue à Comissão Especial de Licitação condicionada nos Invólucros nº 1, nº 2 e nº 3, que deverão possuir os conteúdos conforme discriminados nos itens seguintes.

INVÓLUCRO Nº 01 - Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada

- 7.2. No Invólucro nº 1 deverá estar acondicionado o "Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada", de que tratam os itens 9.2 e seguintes do presente edital.

- 7.2.1. 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 licitante que o solicitar formalmente na Comissão Especial de Licitação, localizada na sede da Prefeitura Municipal de Várzea Grande, até 01 (um) dia antes da data designada para a primeira sessão, nos horários de 09h às 12h e das 14h às 17h.

- 7.2.2. 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.

- 7.2.2.1. O Invólucro nº 1 não poderá:

- Ter nenhuma identificação;
- Apresentar informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação da licitante;
- Estar danificado ou deformado pelas peças, pelos materiais e demais documentos nele acondicionados, de modo a possibilitar a identificação da licitante.

- 7.2.3. A inobservância do previsto no item 7.2.2 e seus subitens leva a automática desclassificação da licitante.

INVÓLUCRO Nº 02 - Plano de Comunicação Publicitária - Via Identificada

- 7.3. No Invólucro nº 2 deverá estar acondicionado o "Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada", cujos requisitos estão previstos nos itens 8.2 e seguintes.

- 7.3.1. 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 01/2023 – Prefeitura Municipal de Várzea Grande

- 7.3.2. 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.

- 7.3.3.** O Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada deverá constituir-se em exemplar com o mesmo conteúdo da Via Não Identificada – sem os exemplos de peças e/ou material da ideia Criativa a que se refere o item 9.6, na forma do artigo 9º, §2 da Lei nº 12.232/2010 e conter a identificação da licitante, assim como data e assinatura na última página e rubrica nas demais, por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos.

INVÓLUCRO Nº 03 – CAPACIDADE DE ATENDIMENTO, REPERTÓRIO E RELATOS DE SOLUÇÕES E PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO

- 7.4.** No Invólucro nº 3 deverão estar acondicionados a Capacidade de Atendimento, o Repertório e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, de que tratam os itens 8.3 a 8.5, deste edital.

- 7.4.1.** 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 01/2023 – Prefeitura Municipal de Várzea Grande

- 7.4.2.** 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.
- 7.4.3.** 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.

8. DA APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA

- 8.1.** A licitante deverá elaborar 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	

8.1.1. A Proposta Técnica deverá ser redigida em língua portuguesa – salvo quanto a expressões técnicas de uso corrente – com clareza e sem emendas ou rasuras.

QUESITOS:

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

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

8.2.1. Os subquesitos Raciocínio Básico e Estratégia de Comunicação Publicitária poderão ter



gráficos, quadros, tabelas e/ou planilhas, observadas as seguintes orientações:

- a) Poderão ser editados em cores;
- b) Os dados e informações deverão ser editados na fonte Arial e poderão ter tamanho entre 08 e 12 pontos;
- c) As páginas em que estiverem inseridos poderão ser:
 - C1). Apresentadas em papel A3 dobrado. Nesse caso, cada folha de papel A3 será computada como 2 (duas) páginas de papel A4;
 - C2). Impressas na orientação paisagem.

8.2.2. Os gráficos, quadros, tabelas ou planilhas integrantes do subquesto Estratégia de Mídia e Não Mídia poderão:

- a) Ser editados em cores;
- b) Ter fontes e tamanhos de fonte habitualmente utilizados nesses documentos;
- c) Ter qualquer tipo de formatação de margem;
- d) Ser apresentados em papel A3 dobrado.

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

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

8.2.2.3. 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.

8.2.2.4. 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.

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

8.2.2.6. 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.

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



- 8.2.3.** A licitante deverá apresentar o Plano de Comunicação Publicitária com base no Briefing (Anexo III), observadas as seguintes orientações:
- 8.2.3.1.** Subquesto 1 - Raciocínio Básico - apresentação em que a licitante descreverá:
- a)** Análise das características e especificidades do contratante e do seu papel no contexto no qual se insere;
 - b)** Diagnóstico relativo às necessidades de comunicação publicitária identificadas;
 - c)** Compreensão do desafio e dos objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing.
- 8.2.3.2.** Subquesto 2 - Estratégia de Comunicação Publicitária - apresentação e defesa da estratégia proposta pela licitante para superar o desafio e alcançar os objetivos de comunicação, com base no Briefing, compreendendo:
- a)** Explicitação e defesa do partido temático e do conceito que fundamentam a proposta de solução publicitária;
 - b)** Proposição e defesa dos pontos centrais da Estratégia de Comunicação Publicitária, especialmente: o que dizer; a quem dizer; como dizer; quando dizer e que meios, instrumentos ou ferramentas de divulgação utilizar.
- 8.2.3.3.** Subquesto 3 - Ideia Criativa - apresentação da proposta de campanha publicitária, contemplando os seguintes conteúdos:
- a)** Relação de todas as peças publicitárias que a licitante julga necessárias para superar o desafio e alcançar os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing, com a descrição de cada uma;
 - b)** Exemplos das peças, constantes da relação prevista na alínea anterior, que a licitante julga mais adequadas para corporificar e ilustrar objetivamente sua proposta de campanha publicitária.
- 8.2.3.3.1.** A relação e descrição de todas as peças publicitárias que a licitante julga necessárias para superar o desafio e alcançar os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing está circunscrita à especificação de cada peça publicitária, à explicitação de sua finalidade e suas funções táticas na campanha proposta.
- 8.2.3.3.2.** Se a campanha proposta pela licitante previr número de peças publicitárias superior ao limite estabelecido que podem ser apresentadas fisicamente como exemplos, a relação e descrição de peças mencionada anteriormente deverá ser elaborada em dois blocos: um para as peças apresentadas como exemplos e outro para as demais.
- 8.2.3.3.3.** Os exemplos de peças publicitárias de que trata a alínea 'b' do subquesto 3 estão limitados a 10 (dez), independentemente do meio de divulgação, do seu tipo ou de sua característica, e poderão ser apresentados sob a forma de:



- a) Roteiro, *layout* ou *storyboard* impressos, para qualquer meio;
 - b) 'Monstro' ou *layout* eletrônico, para o meio rádio;
 - c) *Storyboard* animado ou *animatic*, para os meios TV, cinema e internet;
 - d) 'Boneco' ou *layout* montado dos materiais de não mídia.
- 8.2.3.3.4.** As peças gráficas poderão ser impressas em tamanho real ou reduzido, desde que não haja prejuízo em sua leitura, sem limitação de cores, com ou sem suporte ou passe-partout. Peças que não se ajustem às dimensões do Invólucro nº 1 poderão ser dobradas.
- 8.2.3.3.5.** Na elaboração de 'monstro' ou *layout* eletrônico para o meio rádio, poderão ser inseridos todos os elementos de referência, tais como trilha sonora, ruídos de ambientação, voz de personagens e locução.
- 8.2.3.3.6.** Na elaboração do *storyboard* animado ou *animatic*, poderão ser inseridas fotos e imagens estáticas, além de trilha sonora, voz de personagens e locução. Não poderão ser inseridas imagens em movimento.
- 8.2.3.3.7.** O 'monstro' ou *layout* eletrônico e o *storyboard* animado ou *animatic* deverão ser apresentados em CD, DVD ou pen drive e deverão ser executáveis em sistema operacional Windows.
- 8.2.3.3.8.** Nessas mídias de apresentação (CD, DVD ou pen drive) não poderão constar informação, marca, sinal, metadados, etiqueta ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação da licitante, ou de qualquer anunciante, somente a marca do seu fabricante, assim como outros arquivos, senão os condizentes com o 'monstro' dos áudios e os *animatic* dos vídeos.
- 8.2.3.3.9.** Os exemplos não serão avaliados sob os critérios utilizados para peças finalizadas, mas apenas como referências das propostas a serem produzidas, independente da forma escolhida pela licitante para a apresentação.
- 8.2.3.3.10.** Para facilitar seu cotejo, cada exemplo deverá trazer indicação do tipo de peça (exemplos: cartaz, filme TV, spot rádio, anúncio revista, banner internet) de acordo com as seguintes orientações:
- a) Texto em fonte Arial, cor preta, tamanho de 12 pontos;
 - b) Nos casos de "monstro" ou *layout* eletrônico e de *storyboard* animado ou *animatic*, que deverão ser apresentados em CD, DVD ou pen drive e deverão ser executáveis em sistema operacional Windows, a indicação do tipo de peça deve ocorrer nos nomes dos arquivos salvos, uma vez que essas mídias devem ser apresentadas na condição original conforme descrito anteriormente.



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

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

8.2.3.3.12. Na apresentação de proposta de hot site, não podem ser inseridos vídeos ou imagens em movimento.

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

- I. Estratégia de mídia: proposição e defesa dos meios e dos recursos próprios de comunicação do contratante a serem utilizados para o alcance dos objetivos da campanha, sob a forma de textos, tabelas, gráficos ou planilhas;
- II. Tática de mídia: detalhamento da estratégia de mídia, por meio da apresentação e defesa dos critérios técnicos considerados na seleção dos veículos de divulgação e na definição dos respectivos investimentos, dos formatos e períodos de veiculação, sob a forma de textos, tabelas, gráficos ou planilhas;
- III. Plano de mídia: composto por planilhas resumidas contendo programação das inserções sugeridas, os valores por veículos de divulgação, formatos das peças, períodos de veiculação, quantidade de inserções, nomes de programas, faixas horárias, custos relativos e demais informações que a licitante considerar relevantes;
- IV. Simulação dos parâmetros de cobertura e frequência previstos no plano de mídia (para os meios em que seja possível a mensuração dessas variáveis), sob a forma de textos, tabelas, gráficos ou planilhas. Não deverão ser incluídas tabelas de simulação de pedido de inserção (PI).

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



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

- a) O período de veiculação, exposição ou distribuição das peças publicitárias;
- b) As quantidades de inserções das peças em veículos de divulgação;
- c) Os valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em veículos de divulgação, separadamente por meios;
- d) Os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção e na execução técnica de cada peça publicitária destinada a veículos de divulgação;
- e) As quantidades a serem produzidas de cada peça publicitária de não mídia;
- f) Os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção de cada peça publicitária de não mídia;
- g) Os valores (absolutos e percentuais) alocados na distribuição de cada peça publicitária de não mídia.
- h) Os valores (absolutos e percentuais) alocados no desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias.

8.2.3.4.3. Nessa simulação:

- a) Os preços das inserções em veículos de divulgação deverão ser os de tabela cheia, vigentes na data de publicação do Aviso de Licitação;
- b) Não devem ser incluídos na estratégia de mídia dessa simulação, veículos de divulgação que não atuem com tabela de preços;
- c) Deverá ser desconsiderado o repasse de parte do desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do artigo 11, da Lei nº 4.680/1965;
- d) Deverão ser desconsiderados os custos internos da agência e os honorários sobre os bens e serviços especializados prestados por fornecedores.

8.2.3.4.4. O Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada deverá constituir-se em cópia dos textos do Raciocínio Básico, da Estratégia de Comunicação Publicitária, da Ideia Criativa – sem os exemplos de peças – e da Estratégia de Mídia e Não Mídia, com a única finalidade de proporcionar a correlação segura de autoria, observadas as seguintes características:

- I. Ter a identificação da licitante;
- II. Ser datado;



- III. Estar assinado na última página e rubricado nas demais, por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.
- 8.3.** 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.
- 8.3.1.** 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.
- 8.3.2.** A Capacidade de Atendimento poderá ser constituída de textos, tabelas, quadros, gráficos, planilhas, diagramas, fotos e outros recursos, por meios dos quais a licitante deverá apresentar:
- a) Relação nominal dos seus principais clientes à época da licitação, com a especificação do início de atendimento de cada um deles;
 - b) Quantificação e qualificação, sob a forma de currículo resumido (no mínimo, nome, formação acadêmica e experiência), dos profissionais que compõe o time permanente da licitante à época da licitação, discriminando-se as respectivas áreas de atuação;
 - c) Infraestrutura e instalações da licitante que estarão à disposição da contratante para a execução do contrato;
 - d) Sistemática operacional de atendimento na execução do contrato;
 - e) Relação das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que colocará regularmente à disposição da contratante, sem ônus adicionais, na vigência do contrato.
- 8.4.** 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.
- 8.4.1.** 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.
- 8.4.2.** O Repertório será constituído de peças publicitárias concebidas e veiculadas, expostas ou



distribuídas pela licitante.

- 8.4.3.** A licitante deverá apresentar 10 (dez) peças publicitárias, independentemente do seu tipo ou característica e da forma de sua veiculação, exposição ou distribuição.
- 8.4.4.** As peças publicitárias devem ter sido veiculadas, expostas ou distribuídas a partir de 1º de janeiro de 2022.
- 8.4.5.** As peças eletrônicas deverão ser fornecidas em um único CD, DVD ou pen drive, executável nativamente no sistema operacional Windows, podendo integrar o caderno específico ou ser apresentado solto.
- 8.4.6.** 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.
- 8.4.7.** Se apresentadas soltas, as peças poderão ter qualquer formato, dobradas ou não.
- 8.4.8.** 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.
- 8.4.9.** As peças publicitárias não podem referir-se a trabalhos solicitados ou aprovados pelo contratante, no âmbito de seus contratos com agência de propaganda.
- 8.5.** 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.
- 8.5.1.** 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.
- 8.5.2.** 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 pelo contratante, no âmbito de seus contratos com agência de propaganda;
 - IV. Deverá estar formalmente validado pelo respectivo cliente, de forma a atestar sua autenticidade.
- 8.5.3.** 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 física ou por meio de autenticação digital.
- 8.5.4.** Os relatos devem ter sido implementados a partir de 1º de janeiro de 2022.
- 8.5.5.** 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 um único CD, DVD ou pen drive, nativamente executável no sistema operacional Windows, podendo integrar o caderno específico ou ser apresentado solto;
 - II. As peças gráficas poderão integrar o caderno específico, em papel A4 ou A3 dobrado, ou ser apresentadas soltas, em qualquer formato, 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.
- 8.5.6.** A ficha técnica de cada peça deverá compor o limite de páginas estabelecido para descrição do relato.

9. DO JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

- 9.1.** O critério de julgamento para a classificação das licitantes será o de "técnica e preço", nos termos do artigo 5º, da Lei 12.232/2010 e dos artigos 45 e 46, da Lei nº 8.666/1993, sendo que é estabelecido o peso 70 para a Proposta Técnica e o peso 30 para a Proposta de Preços.
- 9.2.** A Subcomissão Técnica, designada por meio da Portaria nº 002/SECOM/2023, analisará as Propostas Técnicas das licitantes quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Edital e anexos.
- 9.3.** Serão levados em conta pela Subcomissão Técnica, como critério de julgamento técnico, os



seguintes atributos da Proposta Técnica, em cada quesito ou subquesito:

9.3.1. Quesito 1 - Plano de Comunicação Publicitária:

9.3.1.1. Subquesito 1 - Raciocínio Básico

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

9.3.1.2. Subquesito 2 - Estratégia de Comunicação Publicitária

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

9.3.1.3. 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.

9.3.1.4. Subquesto 4 - Estratégia de Mídia e Não Mídia

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

9.3.2. Quesito 2 - Capacidade de Atendimento

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

9.3.3. 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.



9.3.4. 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.

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

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

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

QUESITOS		PONTUAÇÃO MÁXIMA
1.	Plano de Comunicação Publicitária	55
SUBQUESITOS	I. Raciocínio Básico	6
	II. Estratégia de Comunicação Publicitária	18
	III. Ideia Criativa	21
	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

9.7. 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.

9.8. A pontuação de cada quesito corresponderá à média aritmética dos pontos atribuídos por cada membro da Subcomissão Técnica, considerando-se 01 (uma) casa decimal.

9.9. A Subcomissão Técnica reavaliará a pontuação atribuída a um quesito ou subquesito sempre que



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

- 9.10.** Persistindo a diferença de pontuação prevista após a reavaliação do quesito ou subquesito, os membros da Subcomissão Técnica, autores das pontuações consideradas destoantes, deverão registrar em ata as razões que os levaram a manter a pontuação atribuída ao quesito ou subquesito reavaliado, que será assinada por todos os membros da Subcomissão e passará a compor o processo desta licitação.
- 9.11.** 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.
- 9.12.** Poderá ser desclassificada a Proposta Técnica que não atender às demais exigências do Edital, a depender da gravidade da ocorrência.
- 9.13.** A Pontuação Técnica de cada Licitante corresponderá à soma dos pontos dos 04 (quatro) quesitos: Plano de Comunicação Publicitária, Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação.
- 9.14.** 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).

10. DA ENTREGA DA PROPOSTA DE PREÇOS

- 10.1.** A Proposta Comercial deverá ser entregue à Comissão Especial de Licitação acondicionada no Invólucro nº 04, a ser providenciado pelo licitante e ser adequado às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até sua abertura.
- 10.2.** O invólucro nº 04 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 01/2022 – Prefeitura Municipal de Várzea Grande



11. DA APRESENTAÇÃO DAS PROPOSTAS DE PREÇOS

- 11.1. A Proposta de Preços da licitante deverá ser elaborada de acordo com o Modelo de Proposta de Preços que constitui o Anexo IV 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.
- 11.2. O prazo de validade da Proposta de Preços deverá ser de 120 (cento e vinte) dias corridos, contados de sua apresentação.
- 11.3. Caso a licitante fixe um prazo de validade inferior ao exigido ou, ainda, esteja com o prazo de validade de sua proposta expirado na sessão de abertura dos invólucros com as Propostas de Preços, a Comissão Especial de Licitação realizará com ela diligência nos termos do §3º do art. 43 da Lei nº 8.666/1993, como forma de prorrogar o referido prazo.
- 11.4. 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.

12. DO JULGAMENTO DAS PROPOSTAS DE PREÇOS

- 12.1. O critério de julgamento para a classificação das licitantes será o de "técnica e preço", nos termos do artigo 5º, da Lei 12.232/2010 e dos artigos 45 e 46, da Lei 8.666/1993, sendo que é estabelecido o peso 70 para a Proposta Técnica e o peso 30 para a Proposta de Preços.
- 12.2. As Propostas de Preços das licitantes classificadas no julgamento das Propostas Técnicas serão analisadas quanto ao atendimento das condições estabelecidas no Edital.
- 12.3. 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.
- 12.4. Se houver divergência entre o percentual expresso em algarismos e o expresso por extenso, a Comissão Especial de Licitação considerará o preço por extenso.
- 12.5. O desconto sobre a tabela de custos internos, desenvolvida pelo Sindicato das Agências de Publicidade do Estado de Mato Grosso - SINAPRO-MT (anexo X), é item de pontuação, conforme consta a seguir:
 - 50% de desconto ou mais – 50 pontos;
 - De 40% a 49% – 40 pontos;
 - De 30% a 39% – 30 pontos;
 - De 20% a 29% – 20 pontos;
 - Abaixo de 20% – 10 pontos.



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

- Até 10% sobre o valor faturado pelo fornecedor – 50 pontos;
- De 11% sobre o valor faturado pelo fornecedor – 40 pontos;
- De 12% sobre o valor faturado pelo fornecedor – 30 pontos;
- De 13% sobre o valor faturado pelo fornecedor – 20 pontos;
- Acima de 14% sobre o valor faturado pelo fornecedor – 10 pontos.

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

$$\text{NPP} = \text{D1} + \text{D2}$$

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.

13. DO JULGAMENTO FINAL DAS PROPOSTAS TÉCNICAS E DE PREÇOS

13.1. 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.

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

$$7+3$$

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

13.2. 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.

- 13.3.** Após a utilização do critério de desempate, persistindo o empate, a decisão será feita através de sorteio.
- 13.4.** Não se considerará qualquer outra oferta e vantagem não prevista no Edital, nem percentual de desconto ou vantagem, baseados em ofertas de outras licitantes.
- 13.5.** Não se admitirá proposta que apresente preços simbólicos, irrisórios ou de valor zero, incompatíveis com os preços de mercado.
- 13.6.** Serão vencedoras desta concorrência as 03 (três) 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.

14. DA ENTREGA DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

- 14.1.** 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.
- 14.2.** A licitante classificada que não apresentar os Documentos de Habilitação na referida sessão será alijada do certame, exceto diante da ocorrência de nenhuma licitante ser habilitada, o que requer a convocação novamente de todas as classificadas.
- 14.3.** 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 01/2023 – Prefeitura Municipal de Várzea Grande

- 14.4.** 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.

15. DA APRESENTAÇÃO DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

- 15.1. Os documentos de Habilitação deverão ter todas as suas páginas rubricadas por representante legal da licitante e ser apresentados:
- I. Em via original; ou
 - II. Sob a forma de publicação em órgão da imprensa oficial; ou
 - III. Em cópia autenticada por cartório competente, quando a lei assim o exigir ou por certidões expedidas por sistemas mantidos pela Administração Pública; ou
 - IV. Em cópia não autenticada, desde que seja exibida a via original, para conferência pela Comissão Especial de Licitação, no ato de entrega dos Documentos de Habilitação.
- 15.2. Os Documentos de Habilitação deverão ser acondicionados em caderno específico, com suas páginas numeradas sequencialmente, na ordem em que figuram no Edital.
- 15.3. Só serão aceitas cópias legíveis, que ofereçam condições de análise por parte da Comissão Especial de Licitação.
- 15.4. Para se habilitar, a licitante deverá apresentar a documentação, na forma prevista a seguir:

15.4.1. 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.



15.4.2. Regularidade Fiscal e Trabalhista

- a) Prova de inscrição no Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica - CNPJ/MF;
- b) Prova de inscrição no cadastro de contribuintes estadual ou municipal, se exigível, relativa ao domicílio ou sede da licitante, pertinente ao seu ramo de atividade e compatível com o objeto desta concorrência;
- c) Certidão Conjunta Negativa de Débitos Relativos a Tributos Federais e à Dívida Ativa da União, expedida por órgãos da Secretaria da Receita Federal do Brasil e da Procuradoria Geral da Fazenda Nacional com jurisdição sobre o local da sede da licitante;
- d) Certidões Negativas de Débitos ou de não contribuinte expedidas por órgãos das Secretarias de Fazenda do Estado e do Município em que estiver localizada a sede da licitante;
- e) Certificado de Regularidade de Situação do Fundo de Garantia do Tempo de Serviço - FGTS, em vigor na data de apresentação dos Documentos de Habilitação;
- f) Certidão Negativa de Débito Trabalhista (CNDT) que comprove a inexistência de débitos inadimplidos perante a Justiça do Trabalho.

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

15.4.2.2. Serão aceitas certidões positivas com efeito de negativa.

15.4.2.3. 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.

15.4.3. 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 de agências de propaganda, conforme disposto no § 1º do Art. 4º da Lei nº 12.232/2010;
- c) O certificado de qualificação técnica de funcionamento emitido para a matriz da agência valerá para a filial;



15.4.4. 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;
- 1) Caso não conste prazo de validade, será aceita a certidão emitida em até 90 (noventa) dias corridos, antes da data de apresentação dos Documentos de Habilitação;
 - 2) No caso de praças com mais de um cartório distribuidor, deverão ser apresentadas as certidões de cada distribuidor;
- b) Balanço patrimonial e demonstrações contábeis do último exercício social, já exigíveis e apresentados na forma da lei, que comprove a boa situação financeira da licitante, vedada a sua substituição por balancetes ou balanços provisórios, que comprove a boa situação financeira da empresa, podendo ser atualizados por índices oficiais quando encerrados a mais de 03 (três) meses da data de apresentação dos Documentos de Habilitação;
- 1) O balanço patrimonial e as demonstrações contábeis deverão estar assinados pelo responsável legal da licitante e pelo responsável por sua elaboração, Contador ou outro profissional equivalente, devidamente registrado no respectivo conselho de classe profissional;
 - 2) Se necessária a atualização do balanço, com suas demonstrações contábeis, e do patrimônio líquido, deverá ser apresentado o memorial de cálculo correspondente, assinado pelo responsável legal da licitante e pelo responsável por sua elaboração, Contador ou outro profissional equivalente, devidamente registrado no respectivo conselho de classe profissional;
 - 3) O balanço patrimonial deverá estar registrado ou na Junta Comercial ou no Registro Civil das Pessoas Jurídicas, conforme o tipo de empresa da licitante e apresentado de acordo com os 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) Recibo de entrega de Escrituração Contábil Digital.

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

- a) Balanço de abertura, no caso de sociedades sem movimentação;
- b) Balanço intermediário, no caso de sociedades com movimentação.

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

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

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

SG =	Ativo Total
	Passivo Circulante + Exigível a Longo Prazo

LC =	Ativo Circulante
	Passivo Circulante

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

S =	Ativo Total
	Passivo Exigível Total



- 15.4.4.3.** Os índices serão calculados pela licitante e confirmados pelo responsável por sua contabilidade, contador ou outro profissional equivalente, mediante sua assinatura e indicação de seu nome e registro no respectivo conselho de classe profissional.
- 15.4.4.4.** A licitante que apresentar resultado igual ou menor que 01 (um), no cálculo de quaisquer dos índices referidos, ou menor que 01 (um), no cálculo do índice referido 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\$ 1.250.000,00 (um milhão, duzentos e cinquenta mil reais). *o valor desse item será de 10% do valor do orçamento da licitação.
- 15.4.4.5.** 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.

16. OUTROS DOCUMENTOS

- 16.1.** Além dos documentos referenciados no capítulo anterior, deverão constar do invólucro nº 05, os seguintes documentos:
- 16.1.1.** Declaração expressa do licitante de não ter recebido desta Prefeitura Municipal ou de qualquer outra entidade da Administração em âmbito Federal, Estadual e Municipal, SUSPENSÃO TEMPORÁRIA de participação em licitação e/ou impedimento de contratar com a Administração, assim como não ter recebido declaração de INIDONEIDADE para licitar e/ou contratar com a Administração Federal, Estadual e Municipal, regido pela Lei n.8.666/93 e alterações, conforme anexo VI.
- 16.1.2.** Declaração do licitante, devidamente assinada pelo seu responsável de que recebeu todos os documentos, que tomou conhecimento de todas as informações e das condições locais para cumprimento das obrigações objeto desta licitação, e, ainda, de aceitação das exigências do edital, bem como da autenticidade dos documentos apresentados a Comissão Especial de Licitações e da compatibilidade de com as obrigações assumidas, bem como da obrigatoriedade de manutenção das condições de habilitação e qualificação durante o curso da execução do contrato, conforme anexo VII.
- 16.1.3.** Declaração de que não possui em seu quadro pessoal, empregados com menos de 18 (dezoito) anos, em trabalho noturno, perigoso ou insalubre, e de 16 (dezesesseis) anos, em qualquer trabalho, salvo na condição de aprendiz, a partir de 14 (quatorze) anos, nos termos do inciso XXXIII do art. 7º da CF/88 combinado com o art. 27, inciso V da Lei nº. 8.666/93, alterado pela Lei nº 9.854 de 27/10/99, conforme anexo VIII.



- 16.1.4.** Declaração de que nos seus quadros não estão empregados, servidores públicos exercendo funções de gerência, administração ou tomada de decisão perante esta Administração.
- 16.1.5.** Alvará do ano em exercício.

17. DA ANÁLISE DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

- 17.1.** 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.
- 17.2.** Se nenhuma licitante restar habilitada, a Comissão Especial de Licitação reabrirá a fase de Habilitação, com nova convocação de todas as licitantes classificadas, para rerepresentarem 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.

18. DOS PROCEDIMENTOS: PRIMEIRA SESSÃO – CREDENCIAMENTO E RECEBIMENTOS DE INVÓLUCROS N.º 01, 02, 03 E 04 (Art. 11, § 4º, I a V, da Lei nº 12.232/2010)

- 18.1.** Na forma prescrita no artigo 11, da Lei nº 12.232/2010, na data e horários fixados no preâmbulo deste edital, os membros da Comissão Especial de Licitação realizarão sessão pública visando o credenciamento dos licitantes interessados e recebimento dos invólucros n.º 01, 02, 03 e 04.
- 18.1.1.** Na forma prevista no artigo 11, §1º da Lei nº 12.232/2010, os integrantes da Subcomissão Técnica participarão das sessões de recebimento e abertura dos invólucros das Propostas Técnicas e de Preços.
- 18.1.2.** Os licitantes deverão cumprir os preceitos dos itens 5.2 a 5.8 deste edital e apresentarem os documentos comprobatórios de representatividade jurídica para fins de identificação e credenciamento, na forma do item 15.4 e seus subitens.
- 18.2.** O invólucro nº 1, com o Plano de Comunicação Publicitária – Via não Identificada só será recebido pela Comissão Especial de Licitação se não estiver identificado, não apresentar marca, sinal, etiqueta ou outro elemento que possibilite a identificação da licitante e não estiver danificado ou deformado pelas peças, material e ou demais documentos nele acondicionados de modo a possibilitar a identificação da licitante antes da abertura do invólucro nº 2.
- 18.2.1.** Ocorrendo qualquer das hipóteses descritas no item 18.2, na forma do artigo 6º, inciso XIV da Lei nº 12.232/2010, a Comissão Especial de Licitação certificará o ocorrido na ata, deixando de receber os documentos do licitante e desclassificando-o.
- 18.3.** Após credenciados os representantes legais e licitantes presentes e interessados em participação



no certame, a Comissão Especial de Licitação procederá da seguinte forma:

- 18.3.1.** Rubricará os invólucros n.º 02 e 04, sendo que tais invólucros permanecerão fechados sob a guarda e responsabilidade da Comissão Especial de Licitação e separados dos invólucros n.º 01 e 03;
 - 18.3.2.** Retirá e rubricará o conteúdo do invólucro nº 01;
 - 18.3.3.** Procederá a abertura do invólucro nº 3 e rubricará seu conteúdo;
 - 18.3.4.** Solicitará aos licitantes que rubriquem os documentos que constituem os invólucros n.º 01 e 03;
 - 18.3.5.** Suspenderá a sessão para remessa à Subcomissão Técnica
- 18.4.** A Comissão Especial de Licitação, antes do procedimento previsto na alínea 18.3.2, 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.
- 18.5.** Se, ao examinar e/ou rubricar os conteúdos dos invólucros n.º 01 e 03, a Comissão Especial de Licitação e/ou os representantes das licitantes constatarem ocorrência (s) que possibilite (m), inequivocamente, a identificação da autoria do Plano de Comunicação Publicitária, a Comissão Especial de Licitação desclassificará a licitante e ficará de posse de todos os seus invólucros até que expire o prazo para recursos relativos a essa fase.
- 18.6.** A Comissão Especial de Licitação não lançará nenhum código, sinal ou marca nos Invólucros nº 1 nem nos documentos que compõem a via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária.
- 18.7.** Abertos os invólucros n.º 01 e 03, as licitantes não poderão desistir de suas Propostas, a não ser por motivo justo, decorrente de fato superveniente e aceito pela Comissão Especial de Licitação.
- 18.8.** Se as licitantes estiverem expressamente de acordo com as decisões tomadas pela Comissão Especial de Licitação na primeira sessão, os procedimentos de licitação terão continuidade em conformidade com o previsto no subitem 18.9 e seguintes.
- 18.8.1.** Se houver manifestação expressa de qualquer licitante de recorrer das decisões da Comissão Especial de Licitação pertinentes à primeira sessão, esta divulgará o resultado por meio de publicação nos órgãos oficiais, abrindo-se o prazo para a interposição de recursos.
- 18.9.** Não tendo sido interposto recurso, ou havendo este, tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, serão adotados os seguintes procedimentos:
- 18.9.1.** Encaminhamento, pela Comissão Especial de Licitação à Subcomissão Técnica, do invólucro nº 01, com as vias não identificadas do Plano de Comunicação Publicitária;
 - 18.9.2.** Análise individualizada e julgamento, pela Subcomissão Técnica, das vias não identificadas do Plano de Comunicação Publicitária, de acordo com os critérios especificados neste Edital;



- 18.9.3.** Elaboração e encaminhamento, pela Subcomissão Técnica à Comissão Especial de Licitação, da ata de julgamento dos Planos de Comunicação Publicitária, de planilha com as pontuações e de justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso;
- 18.9.4.** Encaminhamento, pela Comissão Especial de Licitação à Subcomissão Técnica, do invólucro nº 03, com a Capacidade de Atendimento, o Repertório e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação;
- 18.9.5.** Análise individualizada e julgamento, pela Subcomissão Técnica, da Capacidade de Atendimento, do Repertório e dos Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, de acordo com os critérios especificados neste Edital;
- 18.9.6.** Elaboração e encaminhamento, pela Subcomissão Técnica à Comissão Especial de Licitação, da ata de julgamento das Propostas referentes à Capacidade de Atendimento, ao Repertório e aos Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, de planilha com as pontuações e de justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso.
- 18.10.** Se alguma Proposta Técnica for desclassificada com base no subitem 18.9.1 a Subcomissão Técnica atribuirá pontuação a cada quesito ou subquesito da Proposta, conforme as regras previstas neste Edital, e lançará sua pontuação em planilhas que ficarão acondicionadas em envelope fechado e rubricado no fecho pelos membros da Subcomissão Técnica, até que expire o prazo para recursos relativos a essa fase.
- 18.10.1.** O disposto no subitem precedente não se aplica aos casos em que o descumprimento de regras previstas neste Edital resulte na identificação da licitante antes da abertura dos Invólucros nº 2.
- 18.11.** As planilhas previstas nos subitens 18.9.3 e 18.9.6 conterão, respectivamente, as pontuações de cada membro para cada subquesito do Plano de Comunicação Publicitária de cada licitante e as pontuações de cada membro para os quesitos Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação de cada licitante.

19. SEGUNDA SESSÃO – APURAÇÃO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS (Art. 11, § 4º, VII e VIII, da Lei nº 12.232/2010)

- 19.1.** Após receber as atas de julgamento, planilhas e demais documentos referentes às Propostas Técnicas formalizados pela Subcomissão Técnica, quanto ao conteúdo dos invólucros n.º 01 e 03, a Comissão Especial de Licitação convocará as licitantes, por meio de publicação nos órgãos oficiais, para participar da segunda sessão pública, com a seguinte pauta básica:
- 19.1.1.** Identificar os representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;
- 19.1.2.** Abrir os invólucros nº 02;



- 19.1.3.** Proceder comparação entre o conteúdo das vias não identificadas constantes do invólucro nº 01 com as vias identificadas constante do invólucro nº 02 do Plano de Comunicação Publicitária, para identificação de sua autoria;
- 19.1.4.** Elaborar planilha geral com as pontuações atribuídas a cada quesito de cada Proposta Técnica;
- 19.1.5.** Proclamar o resultado do julgamento geral da Proposta Técnica;
- 19.1.6.** Executar o sorteio previsto no subitem 15.3.8, quando for o caso;
- 19.1.7.** Informar que o resultado do julgamento geral das Propostas Técnicas será publicado nos órgãos oficiais, com a indicação dos proponentes classificados e dos desclassificados, em ordem decrescente de pontuação, abrindo-se prazo para interposição de recurso.
- 19.2.** Além das demais atribuições previstas neste Edital, caberá à Subcomissão Técnica manifestar-se em caso de eventuais recursos de licitantes, relativos ao julgamento das Propostas Técnicas, se solicitado pela Comissão Especial de Licitação.

20. TERCEIRA SESSÃO – CLASSIFICAÇÃO E JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS E COMERCIAL (Art. 11, § 4º, IX E X, da Lei nº 12.232/2010)

- 20.1.** Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, a Comissão Especial de Licitação convocará as licitantes, meio de publicação nos órgãos oficiais, para participar da terceira sessão pública, com a seguinte pauta básica:
- 20.1.1.** Identificar os representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;
- 20.1.2.** Abrir os invólucros nº 04, com a Proposta de Preço, cujos documentos serão rubricados pelos membros da Comissão Especial de Licitação e pelos representantes das licitantes presentes;
- 20.1.3.** Colocar à disposição dos licitantes presentes, para exame e rubrica, os documentos integrantes dos invólucros nº 04;
- 20.1.4.** Analisar o cumprimento, pelas licitantes, das exigências deste Edital para a elaboração das Propostas de Preço e julgá-las de acordo com os critérios nele especificados;
- 20.1.5.** Identificar as Propostas de menor preço, em ordem decrescente, e dar conhecimento do resultado aos representantes das licitantes presentes
- 20.1.6.** Efetuar com as 03 (três) licitantes mais bem-classificadas na fase da Proposta Técnica – caso não tenha apresentado a Proposta de menor preço – a negociação prevista na Lei nº 8.666/1993, art. 46, §1º, inciso II, tendo como referência a Proposta de menor preço entre as licitantes classificadas;



- 20.1.7.** Adotar procedimento idêntico, na falta de êxito na negociação mencionada na alínea precedente, sucessivamente com as demais licitantes classificadas, até a consecução de acordo para a contratação de 03 (três) agências;
- 20.1.8.** Declarar vencedoras do julgamento final das Propostas Técnica e de Preços as 03 (três) licitantes mais bem-classificadas na Proposta Técnica que tiverem apresentado a Proposta de menor preço ou que concordar em praticar o menor preço entre as propostas apresentadas pelas licitantes classificadas, observado ainda os itens 12.2 a 12.7;
- 20.1.9.** Informar que o resultado do julgamento da Proposta de Preços e do julgamento final das Propostas será publicado nos órgãos oficiais, com a indicação da ordem de classificação, abrindo-se prazo para interposição de recurso.

21. QUARTA SESSÃO – HABILITAÇÃO E ADJUDICAÇÃO

- 21.1.** Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, a Comissão Especial de Licitação convocará as licitantes, meio de publicação nos órgãos oficiais, para participar da quarta sessão pública, com a seguinte pauta básica:
- 21.1.1.** Identificar os representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;
- 21.1.2.** Receber e abrir o invólucro nº 05, cujos documentos serão rubricados pelos membros da Comissão Especial de Licitação e pelos representantes das licitantes presentes;
- 21.1.3.** Analisar a conformidade dos Documentos de Habilitação com as condições estabelecidas neste Edital e na legislação em vigor;
- 21.1.4.** Colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame e rubrica, os documentos integrantes do invólucro nº 05;
- 21.1.5.** Declarar o resultado da habilitação e que este será publicado nos órgãos oficiais, com a indicação dos proponentes habilitados e inabilitados, abrindo-se prazo de 5 (cinco) dias úteis para interposição de recurso, conforme disposto no art. 109, I, 'a' da Lei nº 8.666/1993;
- 21.2.** Em havendo decurso do prazo recursal ou havendo a desistência dos recursos apresentados, e, ainda, em procedendo-se o julgamento dos recursos eventualmente formalizados, a Comissão Especial de Licitação publicará, na forma do item 18 o nome das 03 (três) licitantes vencedoras desta concorrência.
- 21.3.** A Prefeitura Municipal de Várzea Grande através da pessoa do Excelentíssimo Senhor Prefeito Municipal homologará o certame e adjudicará o objeto licitado em às 03 (três) licitantes cujas Propostas atendem em sua essência aos requisitos do presente Edital e seu (s) anexo (s)



- 21.3.1.** Caso as licitantes melhores classificadas no julgamento final sejam inabilitadas, serão abertos sucessivamente os envelopes nº 05 das demais licitantes classificadas, por ordem de classificação, até encontrar aquelas que detenham os documentos de habilitação de forma satisfatória.
- 21.4.** É facultada a Comissão Especial de Licitação ou autoridade superior, em qualquer fase da licitação, a promoção de diligência destinada a esclarecer ou a complementar a instrução do processo, vedada a inclusão posterior de documento ou informação que deveria constar originariamente da proposta.
- 21.5.** Quando todas as propostas forem inabilitadas ou desclassificadas, a Administração poderá fixar às licitantes, prazo de 08 (oito) dias úteis para apresentação de outros documentos ou outras propostas, escoimadas das causas que redundaram na sua inabilitação ou desclassificação.
- 21.6.** As empresas adjudicatárias serão convocadas a assinarem o Contrato no prazo e nas condições estabelecidas nos itens 22 e seguintes, a Administração poderá convocar as licitantes remanescentes, na ordem de classificação, para fazê-lo em igual prazo e nas mesmas condições propostas pela primeira classificada e sua subsequente, ou revogar a licitação, independentemente da cominação prevista no artigo 81 da Lei nº 8.666/93.

22. DOS PRAZOS

22.1. Para assinatura do Contrato:

- 22.1.1.** Os licitantes vencedores deverão comparecer a Prefeitura Municipal de Várzea Grande, na Coordenadoria de Contrato e Convênios para prestar a Caução de Garantia de Execução consoante item 23 deste edital, assinar o contrato e retirar o respectivo Instrumento dentro do prazo de 10 (dez) dias consecutivos contados da notificação feito pelo Setor de Contratos.

22.2. Para Início:

- 22.2.1.** O prazo contratual será contado em dias consecutivos a partir do dia da expedição da Ordem de Início dos Serviços.

22.3. Ordem de Serviço:

- 22.3.1.** Deverá ser expedida pela Secretaria de Comunicação no prazo de 03 (três) dias consecutivos contados da publicação do extrato do Contrato na Imprensa Oficial.

22.4. Da vigência.

- 22.4.1.** O prazo previsto para elaboração dos serviços é de 12 (doze) meses, podendo ser prorrogado por iguais e sucessivos períodos, limitados a 60 meses, conforme disposto no Inciso II do Art. 57 da Lei nº 8.666/93.

22.5. Prorrogação:



- 22.5.1.** O prazo contratual estabelecido poderá ser prorrogado dentro da vigência do prazo anterior, na forma prevista no parágrafo 1º do artigo 57 da Lei nº 8.666, de 21/06/93.

23. DAS GARANTIAS

- 23.1.** A caução de garantia de execução poderá ser prestada numa das seguintes modalidades: em dinheiro, títulos da dívida pública, fiança bancária e seguro garantia, na forma do artigo 56, da Lei nº 8666/93, correspondente a 5% (cinco por cento) do valor do contrato.
- 23.2.** A caução de garantia de execução prestada pelo Contratado será liberada ou restituída após a execução do Contrato, com a emissão do Termo de Recebimento Definitivo. Quando em dinheiro, será atualizado monetariamente.
- 23.3.** Havendo aditivo ou mesmo prorrogação contratual, caberá a complementação de garantia que nunca será inferior ao disposto no item 23.1.

24. DO CONTRATO

- 24.1.** Do Contrato regulado pelas disposições deste Edital, decorrem as obrigações, direitos e responsabilidades das partes relativas aos serviços objeto desta licitação.
- 24.2.** A adjudicação será efetuada mediante Contrato assinado com a PMVG, observando as condições estabelecidas neste Edital e as que constam da minuta do Contrato.
- 24.3.** O Contrato poderá ser alterado, com a devida justificativa, através de Termo Aditivo aprovado pelo Secretário Municipal de Comunicação, nos termos do artigo 65, da Lei nº 8.666/93.
- 24.3.1.** As Contratadas ficam obrigadas a aceitar, nas mesmas condições contratuais, os acréscimos ou supressões que se fizerem nos serviços até o limite de 25% (vinte e cinco por cento) por cento do valor inicial atualizado do contrato, conforme art. 65, § 1º da Lei nº 8.666/93.
- 24.3.2.** O contrato deverá ser executado fielmente pelas partes, de acordo com as cláusulas avençadas e as normas desta Lei, respondendo cada uma delas consequências de sua inexecução total ou parcial.
- 24.4.** Os preços dos serviços objeto desta licitação são fixos e irrevogáveis, pelo prazo de 01 (um) ano, contados a partir da data de assinatura do contrato.
- 24.4.1.** Para a aplicação do reajuste dos preços o Índice Inicial será o mês da elaboração do orçamento referencial.
- 24.4.2.** No reajuste dos preços aplicar-se-á o índice de correção monetária INPC-FGV.
- 24.4.3.** Na hipótese de ocorrência de revisão de equilíbrio econômico-financeiro do contrato, a variação do índice anual a ser aplicada será relativa apenas aos insumos que não tenham sido



objeto de revisão contratual.

- 24.5.** A Secretaria de Municipal de Comunicação se reserva o direito de paralisar ou suspender em qualquer tempo a execução dos serviços mediante pagamento único e exclusivo dos serviços já realizados.

25. DAS CONDIÇÕES E PRAZO DE PAGAMENTO

- 25.1.** Os pagamentos serão realizados depois da conclusão dos serviços, por campanha, após a devida prestação de contas pela agência e atestado de conformidade realizado pela Secretaria de Comunicação da Prefeitura Municipal de Várzea Grande, responsável pela fiscalização dos serviços, devidamente acompanhada de Regularidade Fiscal e Trabalhista, descritos nos Decretos Estaduais nº 840/2017 e suas alterações, nº 8.199/2006 e nº 8.426/2006, obedecendo os prazos estabelecidos pelos órgãos competentes
- 25.2.** O prazo para o pagamento é de até 30 (trinta) dias após o atesto.
- 25.3.** Pelos serviços de criação e execução interna, a contratada receberá o valor correspondente indicado na "Tabela de Custos Internos" em vigor, que é editada pelo Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Mato Grosso e corresponde ao valor praticado pelo mercado, sendo que o desconto sobre tal tabela será item de avaliação no certame licitatório, contido na Proposta de Preços, conforme consta a seguir:
- 50% de desconto ou mais – 50 pontos;
 - De 40% a 49% – 40 pontos;
 - De 30% a 39% – 30 pontos;
 - De 20% a 29% – 20 pontos;
 - Abaixo de 20% – 10 pontos.
- 25.4.** Pelos serviços prestados, a contratada será remunerada por honorários sobre os custos de produção e de execução técnica de peça ou material, assim como de planejamento e de execução de pesquisas e de 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 e sobre os resultados das campanhas realizadas ou a serem realizadas; também sobre os custos de criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias. Os honorários serão calculados sobre o preço faturado pelos fornecedores, sendo 15% o valor máximo praticado pelo mercado, de acordo com as Normas-Padrão da Atividade Publicitária regulamentadas pelo CENP – Conselho Executivo de Normas-Padrão. Esse também será item de avaliação na Proposta de Preços do processo licitatório, conforme descrito abaixo:



- Até 10% sobre o valor faturado pelo fornecedor – 50 pontos;
 - De 11% sobre o valor faturado pelo fornecedor – 40 pontos;
 - De 12% sobre o valor faturado pelo fornecedor – 30 pontos;
 - De 13% sobre o valor faturado pelo fornecedor – 20 pontos;
 - Acima de 14% sobre o valor faturado pelo fornecedor – 10 pontos.
- 25.5.** Os honorários descritos anteriormente serão calculados sobre o preço efetivamente faturado, a ele não acrescido o valor dos tributos cujo recolhimento seja de competência da contratada.
- 25.6.** De acordo com a Lei nº 12.232/2010, somente pessoas físicas ou jurídicas previamente cadastradas pelo contratante poderão fornecer à contratada bens e serviços especializados relacionados com as atividades complementares da execução do objeto, sendo exigida sempre a apresentação pela contratada ao contratante de três (3) orçamentos obtidos entre pessoas que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido.
- 25.7.** A contratada fará jus ao desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, em conformidade com o Artigo 11 da Lei nº 4.680/1965 e do Decreto nº 57.690/1966. O desconto será concedido à contratada pela concepção, execução e/ou distribuição de publicidade, por ordem e conta do contratante, nos termos do Artigo 19 da Lei nº 12.232/2010.
- 25.8.** Pertencem ao contratante as vantagens obtidas em negociação de compra de mídia diretamente ou por intermédio de agência de propaganda, incluídos os eventuais descontos e as bonificações na forma de tempo, espaço ou reaplicações que tenham sido concedidos pelo veículo de divulgação.
- 25.9.** A contratada não fará jus a nenhuma remuneração ou desconto de agência quando da utilização pelo contratante de créditos que a esse tenham sido concedidos por veículos de divulgação, em qualquer ação publicitária pertinente ao contrato.
- 25.10.** O faturamento dos serviços de produção externa e veiculação deverá ser feito pelos prestadores de serviços em nome da Prefeitura Municipal de Várzea Grande, aos cuidados da contratada, através da qual os pagamentos serão efetuados.
- 25.11.** A contratada cede ao contratante os direitos autorais patrimoniais de uso das ideias (incluídos estudos, análises e planos), peças, campanhas e demais materiais de publicidade, de sua propriedade exclusiva, de seus empregados ou prepostos, concebidos, criados ou produzidos em decorrência do contrato firmado. Os direitos são cedidos de forma total e definitiva para uso no Brasil.
- 25.12.** As despesas com deslocamento de profissionais da contratada, de seus representantes ou de fornecedores por ela contratados, na cidade de Várzea Grande, serão de responsabilidade da contratada.



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

25.14. Para liquidação e pagamento das despesas referente aos serviços previamente autorizados pelo contratante, as contratadas deverão apresentar:

- a) A correspondente Nota Fiscal, sem rasura e em letra legível, em nome da Prefeitura Municipal de Várzea Grande, CNPJ nº 03.507.548/0001-10, contendo o número do contrato, além das seguintes informações da contratada: nome, CNPJ e dados bancários;
- b) Quando referente a pagamento de fornecedores e veículos, a Nota Fiscal também deverá conter o número do documento que autorizou a veiculação ou produção do serviço e o nome empresarial do fornecedor com seu respectivo CNPJ;
- c) Ainda no que tange o pagamento de fornecedores e veículos, a contratada deverá apresentar os documentos comprobatórios de execução/entrega dos serviços, os documentos comprobatórios da demonstração do valor devido ao veículo, da sua tabela de preços, dos descontos negociados, dos correspondentes pedidos de inserção e da efetiva veiculação, sendo este último providenciado sem ônus ao contratante.

25.15. Os documentos de cobrança e comprovação da execução e entrega dos serviços para a liquidação e pagamento de despesas deverão ser encaminhados para a Secretaria de Comunicação da Prefeitura Municipal de Várzea Grande e, caso se constate algum erro ou irregularidade na documentação, poderão ser devolvidos para as devidas correções ou aceitos com a glosa da parte considerada indevida.

25.16. O contratante não pagará nenhum acréscimo pelo adiamento do pagamento em razão de pendência no cumprimento de quaisquer cláusulas constantes no contrato.

25.17. Antes da efetivação do pagamento, será verificada a comprovação de regularidade da contratada, dos veículos de divulgação referente a:

- a) Certificado de Regularidade de Situação do Fundo de Garantia do Tempo de Serviço – FGTS;
- b) Certidão Negativa de Débitos relativos aos Tributos Federais e Dívida Ativa da União;
- c) Certidões negativas de tributos estaduais e municipais, emitidas pelos respectivos órgãos;
- d) Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas – CNDT.

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



- 25.19.** O contratante não acata cobrança por meio de duplicatas ou qualquer outro título em bancos ou outras instituições do gênero.
- 25.20.** O contratante não é obrigado a pagar nenhum compromisso assumido pela contratada que lhe venha ser cobrado diretamente por terceiros.
- 25.21.** Correrão por conta da contratada o ônus do prazo de compensação e todas as despesas bancárias decorrentes da transferência de crédito, assim como eventuais encargos financeiros, processuais e outros, decorrentes de sua inobservância quanto aos prazos de pagamento.
- 25.22.** O contratante, na condição de fonte retentora, fará o desconto e o recolhimento dos tributos e contribuições a que seja obrigada pela legislação vigente ou superveniente, referente aos pagamentos que efetuar.

26. DAS OBRIGAÇÕES DAS CONTRATADAS

- 26.1.** A agência atuará por ordem da Prefeitura Municipal de Várzea Grande, de acordo com as solicitações realizadas pelo contratante e sempre em conformidade com a legislação, com o Código de Ética dos Profissionais de Propaganda e com as demais normas correlatas que regulam a atividade.
- 26.2.** Os serviços a serem realizados devem ser submetidos à aprovação da Secretaria de Comunicação do Município, responsável pela determinação de sua produção e veiculação.
- 26.3.** A agência não poderá subcontratar outra agência de propaganda para a execução dos serviços.
- 26.4.** Preencher ao longo da execução do contrato os requisitos de qualificação indicados no ANEXO I deste Termo de Referência.
- 26.5.** Operar como organização completa e fornecer serviços de elevada qualidade.
- 26.6.** Manter sigilo quanto às informações que necessitem.
- 26.7.** Ter os trabalhos executados pelos profissionais indicados na comprovação da capacidade de atendimento da Proposta Técnica, que será apresentada no certame licitatório, admitida a substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior, mediante a aprovação prévia da Secretaria de Comunicação da Prefeitura Municipal de Várzea Grande.
- 26.8.** Centralizar o comando da publicidade da Prefeitura Municipal de Várzea Grande (sede, filial, sucursal ou escritório) em Várzea Grande ou Cuiabá, com estrutura de atendimento representada, no mínimo, pelos seguintes profissionais: 1 (um) na área de atendimento; 1 (um) na área de planejamento e pesquisa; 4 (quatro) na área de criação; 1 (um) na área de produção impressa, eletrônica e RTV, 2 (dois) na área de mídia.
- 26.9.** Executar todos os serviços relacionados com o objeto deste Termo de Referência, de acordo com



os prazos e demais especificações estipuladas pela Secretaria de Comunicação da Prefeitura Municipal de Várzea Grande.

- 26.10.** Contratar, administrar, executar e fiscalizar os contratos firmados com fornecedores de serviços especializados e veículos de divulgação, sempre após autorização expressa do contratante, respondendo pelos efeitos desses acordos, incluindo os dados e os prejuízos, diretos e indiretos, decorrentes de sua culpa.
- 26.11.** Orientar a produção, a impressão e a distribuição das peças gráficas conforme a solicitação e aprovação do contratante e atestar a conformidade do material.
- 26.12.** Comprometer-se com a perfeita execução de todos os serviços solicitados.
- 26.13.** Envidar esforços para obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores e veículos de comunicação.
- 26.14.** Elaborar, sempre que solicitado pelo contratante, estudo de práticas e investimentos em mídia que vêm sendo empregados.
- 26.15.** Fazer cotações prévias de preço para os serviços a serem prestados por fornecedores, apresentando, no mínimo, 03 (três) cotações coletadas entre os fornecedores, em documento timbrado, que contenham a identificação do fornecedor (com, pelo menos, nome completo, CNPJ/CPF, endereço e telefone) e a identificação (nome completo, cargo na empresa, RG e CPF) e assinatura do responsável pela cotação, além da descrição do produto ou serviço, dos valores unitário e total e, quando necessário, das especificações.
- 26.16.** Nos casos de reutilizações de peças publicitárias do contratante ou parte delas, como foto ou cena específica, a contratada deverá negociar sempre as melhores condições de preço.
- 26.17.** Transferir à parte contratante as vantagens obtidas em negociação com fornecedores de serviços especializados e com veículos de divulgação, incluindo os eventuais descontos e as bonificações na forma de tempo, espaço ou reaplicações que tenham sido concedidos.
- 26.18.** Encaminhar, após a aprovação do serviço pelo contratante e sem ônus a esse, as cópias digitais de peças produzidas, desde que não seja para uso em veiculação de mídia paga.
- 26.19.** Produzir e entregar anualmente, em meio digital, o portfólio dos trabalhos realizados ao contratante durante a execução do contrato, além de relatório de todas as peças desenvolvidas e produzidas, tendo como prazo final o último dia útil do último mês de vigência do contrato ou de sua prorrogação.
- 26.20.** 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 Várzea Grande, preferencialmente por meio de depósito ou transferência bancária identificada.



- 26.21.** Entregar à contratante cópia dos comprovantes de pagamentos feitos aos fornecedores de serviços especializados e aos veículos de divulgação até o dia 10 do mês subsequente ao do pagamento realizado pelo contratante.
- 26.22.** Entregar ao contratante, em meio eletrônico, até o dia 10 de cada mês, um relatório total (mês a mês) de despesas com fornecedores de serviços especializados e veículos de divulgação, com o respectivo acompanhamento de seus pagamentos, conforme modelo definido pelo contratante, devendo conter, pelo menos, as seguintes informações: data de pagamento do contratante; data de pagamento da contratada; número da nota fiscal, valor pago e nome do favorecido.
- 26.23.** Comunicar imediatamente à Secretaria de Comunicação da Prefeitura Municipal de Várzea Grande toda e qualquer alteração, rejeição, cancelamento ou interrupção de um ou mais serviços contratados, além de adotar instantaneamente providências para solucionar a pendência.
- 26.24.** 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.
- 26.25.** 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.
- 26.26.** 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.
- 26.27.** Prestar esclarecimentos ao contratante sobre eventuais atos ou fatos desabonadores noticiados que se envolver, independente de solicitação.
- 26.28.** Assumir, com exclusividade, todos os tributos e taxas que forem devidos em decorrência do objeto deste Termo de Referência, bem como as contribuições devidas à Previdência Social, os encargos trabalhistas, prêmios de seguro e de acidentes de trabalho, os encargos que venham a ser criados e exigidos pelos cofres públicos e outras despesas que se fizerem necessárias ao cumprimento do objeto pactuado.
- 26.29.** A contratada é responsável pelos recolhimentos de tributos que incidam ou venham a incidir sobre os serviços contratados.
- 26.30.** Sempre que houver solicitação pelo contratante, a contratada deverá apresentar a comprovação de estarem sendo satisfeitos todos os seus encargos e obrigações trabalhistas, previdenciários e fiscais.
- 26.31.** 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.
- 26.32.** Permitir que a auditoria interna da Prefeitura Municipal de Várzea Grande ou auditoria externa



por essa indicada tenham acesso a todos os documentos relacionados à execução do contrato.

- 26.33.** 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.
- 26.34.** 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.
- 26.35.** 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.
- 26.36.** 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 Auto-regulamentação Publicitária), sejam impedidas de veicular ou, uma vez veiculando, sejam retiradas do ar.
- 26.37.** 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.

27. OBRIGAÇÕES DA CONTRATANTE

- 27.1.** Cumprir todos os compromissos financeiros assumidos com a parte contratada.
- 27.2.** Proporcionar condições para a boa execução dos serviços, sempre de acordo com a legislação.
- 27.3.** Fornecer e colocar à disposição da contratada todos os elementos e informações que se fizerem necessários à execução do serviço.
- 27.4.** Fiscalizar a execução do serviço e subsidiar a contratada com informações e comunicações úteis e necessárias ao melhor e fiel cumprimento das obrigações.
- 27.5.** Verificar o cumprimento das cláusulas contratuais relativas aos honorários devidos à contratada e às condições de contratação de fornecedores de bens e serviços especializados realizada pela contratada.
- 27.6.** Notificar, formal e tempestivamente, a contratada sobre irregularidades observadas no cumprimento do contrato.
- 27.7.** Notificar a contratada, por escrito e com antecedência, sobre multas, penalidades e quaisquer débitos de sua responsabilidade.
- 27.8.** Realizar até dois meses antes do encerramento de cada período contratual de 12 meses a avaliação de qualidade do atendimento, do nível técnico dos trabalhos e dos resultados concretos obtidos com as ações de comunicação sugeridos pela contratada.



- 27.9.** Conferir os preços da tabela de cada inserção e os descontos negociados, conforme a Lei nº 12.232/2010, por ocasião da apresentação dos respectivos planos de mídia pela contratada.
- 27.10.** A Secretaria de Comunicação da Prefeitura Municipal de Várzea Grande será a responsável pela aprovação dos serviços solicitados antes da execução final, determinando assim a produção e veiculação.
- 27.11.** Instituir processo de seleção interna entre as contratadas, cuja metodologia será posteriormente elaborada, aprovada e publicada na imprensa oficial.
- 27.12.** Aprovar por meio de ordens formais a produção e veiculação de materiais publicitários.
- 27.13.** O contratante fiscalizará a execução dos serviços contratados e verificará o cumprimento das especificações técnicas, podendo rejeitá-los, no todo ou em parte, quando não corresponderem ao desejado ou especificado.
- 27.14.** Manter divulgadas em sítio próprio aberto na rede mundial de computadores as informações sobre a execução do contrato, com os nomes dos fornecedores de serviços especializados e veículos, garantindo o acesso livre às informações de quaisquer interessados.
- 27.15.** Nomear Gestores e Fiscais para executar a fiscalização do contrato e registrar em relatório todas as ocorrências, deficiências, irregularidades ou falhas que porventura serão observadas na execução dos serviços, objetivando a imediata correção.

28. DA ANULAÇÃO E REVOGAÇÃO

- 28.1.** Por razões de interesse público, decorrentes de fato superveniente devidamente comprovado, pertinente e suficiente para justificar tal conduta a Administração poderá revogar a presente licitação, devendo anulá-la por ilegalidade de ofício ou por provocação de terceiros, mediante parecer escrito e devidamente fundamentado.
- 28.2.** A nulidade do procedimento licitatório induz à do contrato e não gera obrigação de indenizar, ressalvado o disposto no parágrafo único do artigo 59 da Lei nº 8.666/93.
- 28.3.** No caso de desfazimento do processo licitatório, é assegurado o direito ao contraditório e à ampla defesa.
- 28.4.** Em caso de revogação, os licitantes terão direito à devolução da Documentação e respectiva Proposta, mediante requerimento ao Excelentíssimo Senhor Prefeito Municipal de Várzea Grande.

29. DAS SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

- 29.1.** O descumprimento das obrigações assumidas pela contratada, sem justificativa aceita pela contratante, resguardados os preceitos legais pertinentes, poderá acarretar as seguintes sanções



administrativas:

- I. Advertência;
 - II. Suspensão temporária de participação da seleção interna;
 - III. Multa de mora e multa compensatória;
 - IV. Suspensão temporária de participação de licitação e impedimento de contratar com a Administração Pública por até 02 (dois) anos;
 - V. Declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com a Administração Pública.
- 29.2.** Nenhuma sanção será aplicada sem o devido processo administrativo, assegurado à contratada o contraditório e a ampla defesa.
- 29.3.** As sanções aplicadas só poderão ser relevadas motivadamente e por conveniência administrativa, mediante ato devidamente justificado da autoridade competente.
- 29.4.** A aplicação das sanções observará as seguintes disposições:
- I. A advertência, a suspensão temporária de participação da seleção e as multas serão aplicadas pelo gestor deste contrato;
 - II. 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;
 - III. A aplicação da declaração de inidoneidade será de responsabilidade da autoridade competente pela pasta.
- 29.5.** A sanção de advertência poderá ser aplicada nos seguintes casos:
- I. Descumprimento parcial das obrigações e responsabilidades assumidas contratualmente;
 - II. Outras ocorrências que possam acarretar transtornos ao desenvolvimento dos serviços, a juízo da contratante, desde que não caiba a aplicação de sanção mais grave.
- 29.6.** No ato de advertência, a contratante 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.
- 29.7.** A suspensão temporária de participação da seleção interna será aplicada quando, vencido o prazo estipulado na advertência, a contratada continuar inadimplente em relação ao fato que deu origem à sanção.
- 29.8.** 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 contratante.
- 29.9.** A suspensão do direito de licitar e contratar com a Administração Pública poderá ser aplicada



à contratada se, por culpa ou dolo, prejudicar ou tentar prejudicar a execução deste ajuste, nos seguintes prazos e situações:

- I. Por até 06 (seis) meses:
 - a) Atraso no cumprimento das obrigações assumidas contratualmente, que tenha acarretado prejuízos financeiros para a contratante;
 - 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 contratante;
 - c) Cometimento de quaisquer outras irregularidades que acarretem prejuízo à contratante, ensejando a rescisão deste contrato por sua culpa;
 - d) Condenação definitiva por fraude fiscal no recolhimento de quaisquer tributos e contribuições, praticada por meios dolosos;
 - e) Apresentação, à contratante, de qualquer documento falso ou falsificado, no todo ou em parte, com o objetivo de participar da licitação que deu origem a este contrato, que venha ao conhecimento da contratante após a assinatura deste contrato, ou para comprovar, durante sua execução, a manutenção das condições apresentadas na habilitação;
 - f) Ocorrência de ato capitulado como crime pela Lei nº 8.666/1993, praticado durante o procedimento licitatório, que venha ao conhecimento da contratante 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 contratante.

29.10. 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 contratante, atuação com interesses escusos, reincidência em faltas que acarretem prejuízo à contratante ou aplicações anteriores de sucessivas outras sanções.

29.11. A declaração de inidoneidade será aplicada à contratada se, entre outros casos:

- I. Sofrer condenação definitiva por fraude fiscal no recolhimento de quaisquer tributos, praticada por meios dolosos;



- II. Demonstrar, a qualquer tempo, não possuir idoneidade para licitar ou contratar com a contratante, em virtude de atos ilícitos praticados;
- III. Reproduzir, divulgar ou utilizar, em benefício próprio ou de terceiros, quaisquer informações de que seus empregados tenham tido conhecimento em razão da execução deste contrato, sem consentimento prévio da contratante.
- 29.12.** A declaração de inidoneidade implica proibição da contratada de transacionar com a Administração Pública, enquanto perdurarem os motivos determinantes da punição ou até que seja promovida a reabilitação, perante a autoridade que aplicou a penalidade, que será concedida sempre que a contratada ressarcir a contratante pelos prejuízos resultantes e depois de decorrido o prazo da sanção aplicada.
- 29.13.** 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.
- 29.14.** 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.
- 29.15.** As sanções aqui previstas são independentes entre si, podendo ser aplicadas isoladas ou cumulativamente, sem prejuízo de outras medidas cabíveis, respondendo ainda a contratada por qualquer indenização suplementar no montante equivalente ao prejuízo excedente que causar, na forma do parágrafo único do art. 416 do Código Civil Brasileiro.
- 29.16.** A aplicação das sanções previstas neste contrato não exclui a possibilidade de aplicação de outras, previstas na Lei nº 8.666/1993, incluída a responsabilização da contratada por eventuais perdas e danos causados à contratante.
- 29.17.** 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 contratada.
- 29.18.** O valor das multas deverá ser recolhido no prazo máximo de 30 (trinta) dias corridos, a contar da data do recebimento da comunicação enviada pela contratante.



30. DA RESCISÃO

- 30.1.** A critério da PMVG caberá rescisão contratual independentemente de interpelação judicial ou extrajudicial, quando a firma Contratada:
- 30.1.1.** Não cumprir quaisquer das obrigações contratuais;
 - 30.1.2.** Paralisar os serviços, sem justa causa e prévia comunicação à Administração;
 - 30.1.3.** Outros casos previstos na Lei nº 8.666/1993.
- 30.2.** No caso de rescisão unilateral, por inadimplência da firma Contratada, à mesma caberá receber o valor dos serviços no limite do que fora executado, concedendo o contraditório e ampla defesa.
- 30.3.** No caso de rescisão bilateral, à firma Contratada caberá o valor dos serviços executados e a devolução dos valores caucionados.
- 30.4.** Em qualquer das hipóteses suscitadas a PMVG não reembolsará ou pagará a firma Contratada qualquer indenização ou outros direitos a seus empregados por força da Legislação Trabalhista e da Previdência Social.

31. DA NOTIFICAÇÃO DO RESULTADO

- 31.1.** O resultado da licitação será publicado na imprensa oficial, ainda que estejam presentes todos os prepostos dos licitantes no ato em que foi adotada a decisão, quando poderá ser feita por comunicação direta aos interessados e lavrada em ata, conforme inciso I, parágrafo 1º, art. 109 da Lei nº 8.666/93.

32. DAS DISPOSIÇÕES GERAIS

- 32.1.** O acolhimento para exame das Propostas e sua classificação não geram direito ao autor de qualquer delas na adjudicação do objeto licitado.
- 32.2.** A licitante deverá arcar com todos os custos associados à Habilitação, e apresentação de sua Proposta. A PMVG em nenhuma hipótese será responsável por tais custos, quaisquer que sejam os procedimentos seguidos na licitação ou o resultado desta.
- 32.3.** A licitante deverá examinar cuidadosamente todas as instruções, condições, projetos, Normas, especificações e Leis citadas neste Edital e seus anexos, especialmente a Lei nº 12.323/2010.
- 32.4.** Em qualquer ocasião antecedendo a data de abertura do certame, a Comissão Especial de Licitação poderá por qualquer motivo, por sua iniciativa ou em consequência de respostas fornecidas as empresas quando da solicitação de esclarecimentos, modificar os referidos documentos mediante expedição de uma errata que será publicada na imprensa oficial.
- 32.5.** Quando essa errata vier a alterar a elaboração da Proposta de Preços, a PMVG prorrogará a entrega das mesmas, reabrindo-se o prazo inicialmente estabelecido.
- 32.6.** Quaisquer modificações no edital que inquestionavelmente não afetar a formulação das propostas serão divulgadas pela mesma forma que se deu, mantendo-se o prazo inicialmente estabelecido.

**33. DO FORO**

- 33.1. As partes elegem, de comum acordo, com renúncia a qualquer outro, por mais privilegiado que seja, o Foro da cidade de Várzea Grande – Mato Grosso - para dirimir as questões decorrentes do presente Contrato.

34. DOS DOCUMENTOS QUE INTEGRAM O EDITAL

- 34.1. Constituem-se anexos ao presente edital:

Anexo I	Termo de Referência
Anexo II	Procedimento de Seleção Interna
Anexo III	Briefing
Anexo IV	Modelo de Declaração do Benefício da Lei Complementar nº123/2006
Anexo V	Minuta do Contrato
Anexo VI	Modelo de Declaração de Fato Superveniente, suspensão temporária e inidoneidade
Anexo VII	Modelo de Declaração
Anexo VIII	Modelo de Declaração que não emprega menor (art. 7º, XXXVIII, da CF/88)
Anexo IX	Modelo de Qualificação Econômico-Financeira
Anexo X	Modelo de Carta Proposta
Anexo XI	Tabela SINAPRO-MT
Anexo X	

Várzea Grande-MT, 13 de fevereiro de 2023.

Pedro Marcos Campos Lemos

Secretário Municipal de Comunicação



ANEXO I

TERMO DE REFERÊNCIA		Nº 001/2023	
Número do Processo 764065/2021	CI ORIGEM: 022/2022	DATA: 17/01/2022	
Objeto Contratação de agências de propaganda para a prestação de serviços de publicidade para a Prefeitura Municipal de Várzea Grande sem segregação em lotes, itens ou contas publicitárias, cujas atividades têm por objetivo: estudo, planejamento, conceituação, concepção, criação, intermediação, supervisão, execução de estratégias, e ações de publicidade e atividades complementares, com a finalidade de dar publicidade e divulgar as políticas públicas, divulgar as ações de governo do Poder Executivo Municipal da Administração Pública Direta e Indireta, para informar o público em geral.			
Valor total estimado R\$12.500.000,00 (doze milhões e quinhentos mil reais)	Vistoria? <input type="checkbox"/> Obrigatória <input type="checkbox"/> Facultativa <input checked="" type="checkbox"/> Não se aplica	Amostra/Demonstração? <input type="checkbox"/> Sim <input checked="" type="checkbox"/> Não	
Admite subcontratação <input type="checkbox"/> Sim <input checked="" type="checkbox"/> Não			
Modalidade - Pregão <input type="checkbox"/> Eletrônico <input checked="" type="checkbox"/> Presencial	SRP? <input type="checkbox"/> Sim <input checked="" type="checkbox"/> Não	Adjudicação <input type="checkbox"/> Global <input checked="" type="checkbox"/> Item <input type="checkbox"/> Lote	
Documentação de habilitação			
Requisitos 1. Habilitação Jurídica 2. Regularidade Fiscal e Trabalhista 3. Qualificação Econômico-Financeira 4. Qualificação Técnica 5. Documentos Complementares			



TERMO DE REFERENCIA 001/2023

1. DA SECRETARIA GESTORA

Secretaria de Comunicação Social

1.1. DAS DEMAIS SECRETARIAS PARTICIPANTES

Secretaria Municipal de Educação, Cultura, Esporte e Lazer,

Secretaria Municipal de Saúde.

1.2. DOS SECRETÁRIOS

Pedro Marcos Campos Lemos

Silvio Aparecido Fidélis,

Gonçalo Aparecido de Barros.

2. DA CI DE ORIGEM Nº117/SUP. COMP/2022

DATA: 09/08/2022

3. OBJETO ESPECÍFICO

Contratação de agências de propaganda para a prestação de serviços de publicidade para a Prefeitura Municipal de Várzea Grande sem segregação em lotes, itens ou contas publicitárias, cujas atividades têm por objetivo: estudo, planejamento, conceituação, concepção, criação, intermediação, supervisão, execução de estratégias, e ações de publicidade e atividades complementares, com a finalidade de dar publicidade e divulgar as políticas públicas, divulgar as ações de governo do Poder Executivo Municipal da Administração Pública Direta e Indireta, para informar o público em geral.

4. FUNDAMENTAÇÃO MÍNIMA PARA CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS

Contratação de 03 (três) agências de propaganda para a prestação de serviços de publicidade para a Prefeitura Municipal de Várzea Grande sem segregação em lotes, itens ou contas publicitárias, cujas atividades têm por objetivo: estudo, planejamento, conceituação, concepção, criação, intermediação, supervisão, execução de estratégias, e ações de publicidade e atividades complementares, com a finalidade de dar publicidade e divulgar as políticas públicas, divulgar as ações de governo do Poder Executivo Municipal 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.

Os serviços de publicidade contratados terão por objeto somente as atividades previstas no Artigo 2 da Lei nº 12.232/2010, vedada a inclusão de quaisquer outras atividades, em especial as de assessoria de imprensa, comunicação e relações públicas ou as que tenham por finalidade a realização de eventos festivos de qualquer natureza.

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.

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

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.

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

- a) À produção, à execução técnica e à veiculação das peças e projetos criados, como, por exemplo, a contratação de empresa especializada para envio de material aos veículos/exibidoras (via link, SD ou outra mídia) ou mesmo para conversão de formato ou extensão para veiculação em mídia específica (como no caso para exibição em cinemas), entre outros;
- b) ao planejamento e execução de pesquisas e outros instrumentos de avaliação e geração de conhecimento sobre a sociedade, o público-alvo, os hábitos de comunicação e comportamento, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias, sobre os resultados das campanhas realizadas e das campanhas em desenvolvimento, relacionados à publicidade da Prefeitura Municipal de Várzea Grande e seus órgãos, como, por exemplo, a elaboração de estratégia e a contratação de serviços especializados em pesquisa pela internet, assim como a mensuração de resultados das ações de comunicação realizadas na rede, entre outros.
- c) À criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com as novas tecnologias, visando à expansão dos efeitos das mensagens e das estratégias publicitárias, como, por exemplo, a elaboração e execução de ações pela



internet, assim como contratação de impulsionamento (método de veiculação nas principais plataformas da rede) e de mídia programática, entre outros.

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

- a) Gerar conhecimento sobre o mercado ou ambiente de atuação da Prefeitura Municipal de Várzea Grande, o público-alvo e os veículos de divulgação nos quais serão difundidas as campanhas ou peças;
- b) Aferir a eficácia do desenvolvimento estratégico, da criação e da divulgação de mensagens;
- c) Possibilitar a avaliação dos resultados das campanhas ou peças, vedada a inclusão de matéria estranha ou sem pertinência temática com a ação publicitária.
- d) O planejamento visa 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.

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

Também não se abrange neste objeto as atividades de relações públicas, assessorias de comunicação e de imprensa e patrocínio ou promoção que tenham por finalidade a realização de eventos festivos. Não se incluem no conceito de patrocínio supracitado os projetos de patrocínio 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.

O valor estimado para a contratação pretendida é de R\$ 12.500.000,00 (doze milhões e quinhentos mil reais) para o prazo de vigência de 12 (doze) meses, prorrogáveis por iguais e sucessivos períodos, limitado a 60 (sessenta) meses, nos termos do Artigo 57, Inciso II, da Lei no 8.666/1993.

A Prefeitura Municipal de Várzea Grande se reserva o direito de, a seu critério, utilizar ou não a totalidade dos recursos previstos.

De acordo com as Leis nº 8.666/1993 e nº 12.232/2010 e observando os princípios da Administração Pública, este processo licitatório deve ser realizado na modalidade "concorrência" do tipo "técnica e preço".



5. DA JUSTIFICATIVA

Observando que publicidade é um dos princípios da Administração Pública, disposto no Artigo 37 da Constituição Federal, assim como o direito à informação, instrumento fundamental para a promoção da cidadania, torna-se necessária a realização de um novo certame licitatório para a contratação de empresas especializadas, com o objetivo de dar continuidade aos serviços de publicidade da Prefeitura Municipal de Várzea Grande, que é de suma importância, pois, além de divulgar os atos, programas, obras, serviços e campanhas realizados pelo Município, é ferramenta para disseminar iniciativas e políticas públicas e para orientar, informar e até mesmo educar a sociedade, como no caso das inúmeras campanhas essenciais de utilidade pública como boas práticas no trânsito ou de combate à dengue, não se limitando a estas.

Diante de uma gestão bastante ativa, composta por 21 (vinte e um) Secretarias, além de adjuntas e demais entidades, que possuem constantes demandas de interesse público, que são atendidas pelo contrato de publicidade, dentre elas, a prestação de contas, a difusão de direitos e serviços à sociedade e os informes de utilidade pública, justifica-se a contratação de não apenas uma, mas de 03 (três) empresas especializadas. Tal necessidade também está fundamentada nos desafios para viabilizar uma comunicação eficiente, em tempo hábil e com qualidade técnica, pautada no direito de informação de todos os cidadãos, para uma população de aproximadamente 290.383 (duzentos e noventa mil trezentos e oitenta e três), habitantes distribuídos de maneira desproporcional em um estado de grandes dimensões. Ademais, a democratização da conta é uma maneira de deixar o mercado publicitário mais saudável e competitivo, melhorando a qualidade do que é desenvolvido.

Para garantir isonomia entre as agências contratadas e a boa execução do contrato, alguns processos de Seleção Interna serão definidos por autoridade competente e, posteriormente, publicados em Diário Oficial. Os valores (custos estimados para a realização da campanha) que indicam o tipo de seleção serão estabelecidos a posteriori e a avaliação se baseará nos seguintes critérios: adequação da proposta ao briefing, interpretação favorável ao conceito da campanha, originalidade e simplicidade da forma e dos elementos.

A adoção do valor estimado tem por base a previsão de investimentos com publicidade projetada para o período e que representa a necessidade da verba para a realização do objeto do Edital e do Contrato Administrativo.

A modalidade definida para o certame licitatório está em consonância com os Artigos 22 e 23 da Lei nº 8.666/1993 e com o Artigo 5 da Lei nº 12.232/2010 e, além disso, visando ainda o atendimento aos Princípios da Eficiência e da Economicidade.

6. DO CUSTO TOTAL ESTIMADO

O valor estimado totaliza a importância de global de R\$ 12.500.000,00 (doze milhões e quinhentos mil reais).

**7. DO RECURSO**

(X) Próprio () estadual () Federal () Convênio

8. DA DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA**SECRETARIA MUNICIPAL DE COMUNICAÇÃO SOCIAL**

PROJETO ATIVIDADE	ELEMENTO DE DESPESA	FONTE
2055	3.3.90.39.00.00.00.00	01500
2156	3.3.90.39.00.00.00.00	01500

SECRETARIA MUNICIPAL DE SAUDE

PROJETO ATIVIDADE	ELEMENTO DE DESPESA	FONTE
2305	3.3.90.39	015000
2304	3.3.90.39	016021
2303	3.3.90.39	15000

SECRETARIA MUNICIPAL DE EDUCAÇÃO

PROJETO ATIVIDADE	ELEMENTO DE DESPESA	FONTE
2165	3.3.90.39.00.00.00.00	01500

9. CONDIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO

- 9.1.** Poderá participar deste processo a licitante que atender às condições descritas no ANEXO I — Qualificação Requerida — e apresentar os documentos nele exigidos.
- 9.2.** Não poderão participar desta 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.
- 9.3.** Nenhuma licitante poderá participar com mais de uma proposta.



- 9.4.** 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 Prefeitura Municipal de Várzea Grande.
- 9.5.** A participação no presente processo licitatório implica, tacitamente, para a licitante, a confirmação de que recebeu da Comissão Especial de Licitação o Invólucro nº 1 e as informações necessárias ao cumprimento desta concorrência; a aceitação plena e irrevogável de todos os termos, cláusulas e condições constantes no Edital e em seus anexos; a observância dos preceitos legais e regulamentares em vigor; e a responsabilidade pela fidelidade e legitimidade das informações e dos documentos apresentados em qualquer fase do processo.
- 9.6.** Os serviços de publicidade serão contratados em agência de propaganda, cujas atividades sejam disciplinadas pela Lei nº 4.680/1965 e que tenham obtido certificado de qualificação técnica de funcionamento.
- 9.7.** A licitante assume todos os custos de elaboração e apresentação das Propostas Técnica e de Preços e dos Documentos de Habilitação exigidos na concorrência, não sendo o contratante, em nenhum caso, responsável por esses custos, independentemente da condução ou do resultado do processo licitatório.
- 9.8.** O interessado em participar desta licitação se obriga a acompanhar no Jornal Oficial Eletrônico dos Municípios de Mato Grosso eventuais alterações ou informações sobre esta concorrência.

10. RECEBIMENTO DAS PROPOSTAS E DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

- 10.1.** 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.
- 10.2.** Os invólucros com as Propostas Técnica e de Preços serão recebidos na sala de licitações da sede da Prefeitura Municipal de Várzea Grande, localizada na Avenida Castelo Branco n.2.500, Bairro Água Limpa, CEP nº 78.125-725, na cidade de Várzea Grande, estado de Mato Grosso, em data e horário a serem definidos.
- 10.3.** Os invólucros com os Documentos de Habilitação serão recebidos e abertos em dia, local e horário a serem designados pela Comissão Especial de Licitação.
- 10.4.** O recebimento e a abertura dos invólucros, bem como os demais procedimentos licitatórios, obedecerão ao disposto neste Termo de Referência e na legislação.

11. ENTREGA DA PROPOSTA TÉCNICA

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



- 11.2.** No Invólucro nº 1 deverá estar acondicionado o “Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada”.
- 11.3.** 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 Comissão Especial de Licitação, localizada na sede da Prefeitura Municipal de Várzea Grande, durante período e horário a serem definidos.
- 11.4.** O Invólucro nº 1 deverá estar sem fechamento e sem rubrica para preservar, até a abertura do Invólucro nº 2, o sigilo quanto à sua autoria. O Invólucro nº 1 não poderá:
- a)** Ter nenhuma identificação;
 - b)** Apresentar informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação da licitante;
 - c)** Estar danificado ou deformado pelas peças, pelos materiais e demais documentos nele acondicionados, de modo a possibilitar a identificação da licitante.
- 11.5.** No Invólucro nº 2 deverá estar acondicionado o “Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada”.
- 11.6.** 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 01/2023 – Prefeitura Municipal de Várzea Grande

- 11.7.** O Invólucro nº 2 deverá ser providenciado pela licitante e poderá ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável quanto às informações de que trata, até sua abertura.
- 11.8.** No Invólucro nº 3 deverão estar acondicionados a Capacidade de Atendimento, o Repertório e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação.
- 11.9.** O Invólucro nº 3 deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

Invólucro nº 3

Proposta Técnica: Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

Nome empresarial e CNPJ da licitante



Concorrência nº 01/2023 – Prefeitura Municipal de Várzea Grande

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

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

12. APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA

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

QUESITOS	SUBQUESITOS
5. Plano de Comunicação Publicitária	V. Raciocínio Básico
	VI. Estratégia de Comunicação Publicitária
	VII. Ideia Criativa
	VIII. Estratégia de Mídia e Não Mídia
6. Capacidade de Atendimento	
7. Repertório	
8. Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	

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

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

- a) Em caderno único, orientação retrato e com espiral preto colocado à esquerda;
- b) Capa e contracapa em papel A4, branco, com gramatura entre 75g/m² a 90 g/m² ambas em branco;
- c) Conteúdo impresso em papel A4, branco, com gramatura entre 75g/m² a 90 g/m², orientação retrato;



- d) Espaçamentos de 3 cm na margem esquerda e 2 cm na direita, a partir das respectivas bordas;
 - e) Títulos, entretítulos, parágrafos e linhas subsequentes sem recuos;
 - f) Espaçamento simples entre as linhas e, opcionalmente, duplo após títulos e entretítulos e entre parágrafos;
 - g) Alinhamento justificado do texto;
 - h) Texto e numeração de páginas em fonte Arial, cor preta, tamanho de 12 pontos;
 - i) Numeração de todas as páginas, no centro inferior, pelo editor de textos, a partir da primeira página interna, em algarismos arábicos;
 - j) Sem identificação da licitante.
- 12.3.** Os subquestos Raciocínio Básico e Estratégia de Comunicação Publicitária poderão ter gráficos, quadros, tabelas e/ou planilhas, observadas as seguintes orientações:
- a) Poderão ser editados em cores;
 - b) Os dados e informações deverão ser editados na fonte Arial e poderão ter tamanho entre 08 e 12 pontos;
 - c) As páginas em que estiverem inseridos poderão ser:
 - d) Apresentadas em papel A3 dobrado. Nesse caso, cada folha de papel A3 será computada como 2 (duas) páginas de papel A4;
 - e) Impressas na orientação paisagem.
- 12.4.** Os gráficos, quadros, tabelas ou planilhas integrantes do subquesto Estratégia de Mídia e Não Mídia poderão:
- a) Ser editados em cores;
 - b) Ter fontes e tamanhos de fonte habitualmente utilizados nesses documentos;
 - c) Ter qualquer tipo de formatação de margem;
 - d) Ser apresentados em papel A3 dobrado.
- 12.5.** As páginas em que estiverem inseridos os gráficos, tabelas e planilhas desse subquesto poderão ser impressas na orientação paisagem.
- 12.6.** Os exemplos de peças integrantes do subquesto Ideia Criativa deverão ser apresentados separadamente do caderno. Esses exemplos deverão adequar-se às dimensões do Invólucro nº 1.



- 12.7. 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.
- 12.8. 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.
- 12.9. Os textos da Estratégia de Mídia e Não Mídia não têm limitação quanto ao número de páginas.
- 12.10. 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.
- 12.11. 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.
- 12.12. A licitante deverá apresentar o Plano de Comunicação Publicitária com base no Briefing (Anexo III), observadas as seguintes orientações:
- 12.12.1. Subquesito 1 - Raciocínio Básico** - apresentação em que a licitante descreverá:
- a) Análise das características e especificidades do contratante e do seu papel no contexto no qual se insere;
 - b) Diagnóstico relativo às necessidades de comunicação publicitária identificadas;
 - c) Compreensão do desafio e dos objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing.
- 12.12.2. 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:
- a) Explicitação e defesa do partido temático e do conceito que fundamentam a proposta de solução publicitária;
 - b) Proposição e defesa dos pontos centrais da Estratégia de Comunicação Publicitária, especialmente: o que dizer; a quem dizer; como dizer; quando dizer e que meios, instrumentos ou ferramentas de divulgação utilizar.
- 12.12.3. Subquesito 3 - Ideia Criativa** -apresentação da proposta de campanha publicitária, contemplando os seguintes conteúdos:
- a) Relação de todas as peças publicitárias que a licitante julga necessárias para superar o desafio e alcançar os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing, com a descrição de cada uma;



- b) Exemplos das peças, constantes da relação prevista na alínea anterior, que a licitante julga mais adequadas para corporificar e ilustrar objetivamente sua proposta de campanha publicitária.
- 12.12.3.1.** A relação e descrição de todas as peças publicitárias que a licitante julga necessárias para superar o desafio e alcançar os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing está circunscrita à especificação de cada peça publicitária, à explicitação de sua finalidade e suas funções táticas na campanha proposta.
- 12.12.3.2.** Se a campanha proposta pela licitante previr número de peças publicitárias superior ao limite estabelecido que podem ser apresentadas fisicamente como exemplos, a relação e descrição de peças mencionada anteriormente deverá ser elaborada em dois blocos: um para as peças apresentadas como exemplos e outro para as demais.
- 12.12.3.3.** Os exemplos de peças publicitárias de que trata a alínea 'b' do subquesto 3 estão limitados a 10 (dez), independentemente do meio de divulgação, do seu tipo ou de sua característica, e poderão ser apresentados sob a forma de:
- a) Roteiro, layout ou storyboard impressos, para qualquer meio;
 - b) 'Monstro' ou layout eletrônico, para o meio rádio;
 - c) Storyboard animado ou animatic, para os meios TV, cinema e internet;
 - d) 'Boneco' ou layout montado dos materiais de não mídia.
- 12.12.3.4.** As peças gráficas poderão ser impressas em tamanho real ou reduzido, desde que não haja prejuízo em sua leitura, sem limitação de cores, com ou sem suporte ou passe-partout. Peças que não se ajustem às dimensões do Invólucro nº 1 poderão ser dobradas.
- 12.12.3.5.** Na elaboração de 'monstro' ou layout eletrônico para o meio rádio, poderão ser inseridos todos os elementos de referência, tais como trilha sonora, ruídos de ambientação, voz de personagens e locução.
- 12.12.3.6.** Na elaboração do storyboard animado ou animatic, poderão ser inseridas fotos e imagens estáticas, além de trilha sonora, voz de personagens e locução. Não poderão ser inseridas imagens em movimento.
- 12.12.3.7.** O 'monstro' ou layout eletrônico e o storyboard animado ou animatic deverão ser apresentados em CD, DVD ou pen drive e deverão ser executáveis em sistema operacional Windows.
- 12.12.3.8.** Nessas mídias de apresentação (CD, DVD ou pen drive) não poderão constar informação, marca, sinal, metadados, etiqueta ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação da licitante, ou de qualquer anunciante, somente a marca do seu fabricante,



assim como outros arquivos, serão os condizentes com o 'monstro' dos áudios e os animatic dos vídeos.

- 12.12.3.9.** Os exemplos não serão avaliados sob os critérios utilizados para peças finalizadas, mas apenas como referências das propostas a serem produzidas, independente da forma escolhida pela licitante para a apresentação.
- 12.12.3.10.** Para facilitar seu cotejo, cada exemplo deverá trazer indicação do tipo de peça (exemplos: cartaz, filme TV, spot rádio, anúncio revista, banner internet) de acordo com as seguintes orientações:
- a)** Texto em fonte Arial, cor preta, tamanho de 12 pontos;
 - b)** Nos casos de "monstro" ou layout eletrônico e de storyboard animado ou animatic, que deverão ser apresentados em CD, DVD ou pen drive e deverão ser executáveis em sistema operacional Windows, a indicação do tipo de peça deve ocorrer nos nomes dos arquivos salvos, uma vez que essas mídias devem ser apresentadas na condição original conforme descrito anteriormente.
- 12.12.3.11.** Para fins de cômputo das peças que poderão ser apresentadas fisicamente como exemplos, até o limite de 10 (dez), devem ser observadas as seguintes regras:
- a)** As reduções e variações de formato serão consideradas como novas peças;
 - b)** Cada peça apresentada como parte de um kit será computada no referido limite;
 - c)** Uma peça sequencial, para qualquer meio (a exemplo de anúncio para revista e jornal, banner de internet e painéis sequenciais de mídia exterior, tais como outdoor, envelopamento de veículo, adesiva em de finger, entre outros), será considerada 01 (uma) peça, se o conjunto transmitir mensagens única;
 - d)** Um hotsite e todas as suas páginas serão considerados 01 (uma) peça;
 - e)** Um filme e o hotsite que o hospeda serão considerados 02 (duas) peças;
 - f)** Um banner e o hotsite por ele direcionado serão considerados 02 (duas) peças.
- 12.12.3.12.** Na apresentação de proposta de hotsite, não podem ser inseridos vídeos ou imagens em movimento.
- 12.12.4. Subquesto 4 - Estratégia de Mídia e Não Mídia** - constituída de apresentação e defesa das soluções de mídia e não mídia recomendadas, em consonância com a Estratégia de Comunicação Publicitária proposta, contemplando:
- I.** Estratégia de mídia: proposição e defesa dos meios e dos recursos próprios de comunicação do contratante a serem utilizados para o alcance dos objetivos da campanha, sob a forma de textos, tabelas, gráficos ou planilhas;



- II. Tática de mídia: detalhamento da estratégia de mídia, por meio da apresentação e defesa dos critérios técnicos considerados na seleção dos veículos de divulgação e na definição dos respectivos investimentos, dos formatos e períodos de veiculação, sob a forma de textos, tabelas, gráficos ou planilhas;
- III. Plano de mídia: composto por planilhas resumidas contendo programação das inserções sugeridas, os valores por veículos de divulgação, formatos das peças, períodos de veiculação, quantidade de inserções, nomes de programas, faixas horárias, custos relativos e demais informações que a licitante considerar relevantes;
- IV. Simulação dos parâmetros de cobertura e frequência previstos no plano de mídia (para os meios em que seja possível a mensuração dessas variáveis), sob a forma de textos, tabelas, gráficos ou planilhas. Não deverão ser incluídas tabelas de simulação de pedido de inserção (PI).

12.13. Todas as peças publicitárias, que integrem a relação deverão estar contempladas na Estratégia de Mídia e Não Mídia proposta.

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

- a) O período de veiculação, exposição ou distribuição das peças publicitárias;
- b) As quantidades de inserções das peças em veículos de divulgação;
- c) Os valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em veículos de divulgação, separadamente por meios;
- d) Os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção e na execução técnica de cada peça publicitária destinada a veículos de divulgação;
- e) As quantidades a serem produzidas de cada peça publicitária de não mídia;
- f) Os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção de cada peça publicitária de não mídia;
- g) Os valores (absolutos e percentuais) alocados na distribuição de cada peça publicitária de não mídia.
- h) Os valores (absolutos e percentuais) alocados no desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias.

12.14.1. Nessa simulação:

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



- b) Não devem ser incluídos na estratégia de mídia dessa simulação, veículos de divulgação que não atuem com tabela de preços;
- c) Deverá ser desconsiderado o repasse de parte do desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do Artigo 11 da Lei nº 4.680/1965;
- d) Deverão ser desconsiderados os custos internos da agência e os honorários sobre os bens e serviços especializados prestados por fornecedores.

12.15. O Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada deverá constituir-se em cópia dos textos do Raciocínio Básico, da Estratégia de Comunicação Publicitária, da Ideia Criativa – sem os exemplos de peças – e da Estratégia de Mídia e Não Mídia, com a única finalidade de proporcionar a correlação segura de autoria, observadas as seguintes características:

- I. Ter a identificação da licitante;
- II. Ser datado;
- III. Estar assinado na última página e rubricado nas demais, por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

12.16. 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.

12.16.1. 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.

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

- a) Relação nominal dos seus principais clientes à época da licitação, com a especificação do início de atendimento de cada um deles;
- b) Quantificação e qualificação, sob a forma de currículo resumido (no mínimo, nome, formação acadêmica e experiência), dos profissionais que compõe o time permanente da licitante à época da licitação, discriminando-se as respectivas áreas de atuação;



- c) Infraestrutura e instalações da licitante que estarão à disposição da contratante para a execução do contrato;
- d) Sistemática operacional de atendimento na execução do contrato;
- e) Relação das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que colocará regularmente à disposição da contratante, sem ônus adicionais, na vigência do contrato.

12.17. 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.

- 12.17.1. 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.
- 12.17.2. O Repertório será constituído de peças publicitárias concebidas e veiculadas, expostas ou distribuídas pela licitante.
- 12.17.3. A licitante deverá apresentar 10 (dez) peças publicitárias, independentemente do seu tipo ou característica e da forma de sua veiculação, exposição ou distribuição.
- 12.17.4. As peças publicitárias devem ter sido veiculadas, expostas ou distribuídas a partir de 1º de janeiro de 2022.
- 12.17.5. As peças eletrônicas deverão ser fornecidas em um único CD, DVD ou pen drive, executável nativamente no sistema operacional Windows, podendo integrar o caderno específico ou ser apresentado solto.
- 12.17.6. 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.
- 12.17.7. Se apresentadas soltas, as peças poderão ter qualquer formato, dobradas ou não.
- 12.17.8. 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.



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

12.18. 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.

12.18.1. 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.

12.18.2. 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 pelo contratante, no âmbito de seus contratos com agência de propaganda;
- IV. Deverá estar formalmente validado pelo respectivo cliente, de forma a atestar sua autenticidade.

12.19. 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 física ou por meio de autenticação digital.

12.20. Os relatos devem ter sido implementados a partir de 1º de janeiro de 2022.

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



- I. As peças eletrônicas deverão ser fornecidas em um único CD, DVD ou pen drive, nativamente executável no sistema operacional Windows, podendo integrar o caderno específico ou ser apresentado solto;
- II. As peças gráficas poderão integrar o caderno específico, em papel A4 ou A3 dobrado, ou ser apresentadas soltas, em qualquer formato, 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.

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

13. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

- 13.1.** O critério de julgamento para a classificação das licitantes será o de "técnica e preço", nos termos do Artigo 5 da Lei 12.232/2010 e dos Artigos 45 e 46 da Lei nº 8.666/1993, sendo que é estabelecido o peso 70 para a Proposta Técnica e o peso 30 para a Proposta de Preços.
- 13.2.** A Subcomissão Técnica, designada posteriormente por meio de Portaria, analisará as Propostas Técnicas das licitantes quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Termo de Referência.
- 13.3.** Serão levados em conta pela Subcomissão Técnica, como critério de julgamento técnico, os seguintes atributos da Proposta Técnica, em cada quesito ou subquesito:

13.3.1. Quesito 1 - Plano de Comunicação Publicitária

13.3.1.1. Subquesito 1 - Raciocínio Básico

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

13.3.1.2. Subquesito 2 - Estratégia de Comunicação Publicitária



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

13.3.1.3. Subquestão 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;

13.3.1.4. Subquestão 4 - Estratégia de Mídia e Não Mídia

- a) A consistência técnica demonstrada na proposição e defesa da estratégia, da tática e do plano de mídia;
- b) A consistência do conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de públicos-alvo da campanha publicitária;
- c) A adequação da proposta no uso dos recursos próprios de comunicação do contratante e seu alinhamento com a Estratégia de Mídia e Não Mídia;



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

13.3.2. Quesito 2 - Capacidade de Atendimento

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

13.3.3. 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.

13.3.4. 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.

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

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

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

QUESITOS		PONTUAÇÃO MÁXIMA
5.	Plano de Comunicação Publicitária	55
SUBQUESITOS	V. Raciocínio Básico	6
	VI. Estratégia de Comunicação Publicitária	18
	VII. Ideia Criativa	21
	VIII. Estratégia de Mídia e Não Mídia	10
6.	Capacidade de Atendimento	25
7.	Repertório	10
8.	Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	10
PONTUAÇÃO TOTAL		100

13.3.8. 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.

13.3.9. A pontuação de cada quesito corresponderá à média aritmética dos pontos atribuídos por cada membro da Subcomissão Técnica, considerando-se 01 (uma) casa decimal.

13.3.10. 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 Termo de Referência.

13.3.11. 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.

13.3.12. 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) Obter pontuação zero em qualquer um dos quesitos ou subquesitos.

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

13.3.14. 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.

13.3.15. 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).

14. ENTREGA DA PROPOSTA DE PREÇOS

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

14.2. 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 01/2023 – Prefeitura Municipal de Várzea Grande

14.3. 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.

15. APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇO



- 15.1.** A Proposta de Preços da licitante deverá ser elaborada de acordo com o Modelo de Proposta de Preços que constitui o Anexo IV 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.
- 15.2.** O prazo de validade da Proposta de Preços deverá ser de 120 (cento e vinte) dias corridos, contados de sua apresentação.
- 15.3.** Caso a licitante fixe um prazo de validade inferior ao exigido ou, ainda, esteja com o prazo de validade de sua proposta expirado na sessão de abertura dos invólucros com as Propostas de Preços, a Comissão Especial de Licitação realizará com ela diligência nos termos do §3º do Art. 43 da Lei nº 8.666/1993, como forma de prorrogar o referido prazo.
- 15.4.** 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

16. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS DE PREÇOS

- 16.1.** O critério de julgamento para a classificação das licitantes será o de "técnica e preço", nos termos do Artigo 5 da Lei 12.232/2010 e dos Artigos 45 e 46 da Lei 8.666/1993, sendo que é estabelecido o peso 70 para a Proposta Técnica e o peso 30 para a Proposta de Preços.
- 16.2.** As Propostas de Preços das licitantes classificadas no julgamento das Propostas Técnicas serão analisadas quanto ao atendimento das condições estabelecidas no Edital.
- 16.3.** 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.
- 16.4.** Se houver divergência entre o percentual expresso em algarismos e o expresso por extenso, a Comissão Especial de Licitação considerará o preço por extenso.
- 16.5.** 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:
- a)** 50% de desconto ou mais – 50 pontos;
 - b)** De 40% a 49% – 40 pontos;
 - c)** De 30% a 39% – 30 pontos;
 - d)** De 20% a 29% – 20 pontos;
 - e)** Abaixo de 20% – 10 pontos.



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

- a) Até 10% sobre o valor faturado pelo fornecedor – 50 pontos;
- b) De 11% sobre o valor faturado pelo fornecedor – 40 pontos;
- c) De 12% sobre o valor faturado pelo fornecedor – 30 pontos;
- d) De 13% sobre o valor faturado pelo fornecedor – 20 pontos;
- e) Acima de 14% sobre o valor faturado pelo fornecedor – 10 pontos.

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

$$\text{NPP} = \text{D1} + \text{D2}$$

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.

17. JULGAMENTO FINAL DAS PROPOSTAS TÉCNICAS E DE PREÇOS

17.1. 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.

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

$$7+3$$

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

17.2. 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.

- 17.3. Após a utilização do critério de desempate, persistindo o empate, a decisão será feita através de sorteio.
- 17.4. Não se considerará qualquer outra oferta e vantagem não prevista no Edital, nem percentual de desconto ou vantagem, baseados em ofertas de outras licitantes.
- 17.5. Não se admitirá proposta que apresente preços simbólicos, irrisórios ou de valor zero, incompatíveis com os preços de mercado.
- 17.6. Serão vencedoras desta concorrência as 03 (três) 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.

18. ENTREGA DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

- 18.1. 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.
- 18.2. A licitante classificada que não apresentar os Documentos de Habilitação na referida sessão será alijada do certame, exceto diante da ocorrência de nenhuma licitante ser habilitada, o que requer a convocação novamente de todas as classificadas.
- 18.3. 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 01/2023 – Prefeitura Municipal de Várzea Grande



- 18.4.** 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.

19. APRESENTAÇÃO DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

- 19.1.** 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 entrega dos Documentos de Habilitação.
- 19.2.** Os Documentos de Habilitação deverão ser acondicionados em caderno específico, com suas páginas numeradas sequencialmente, na ordem em que figuram no Edital.
- 19.3.** Só serão aceitas cópias legíveis, que ofereçam condições de análise por parte da Comissão Especial de Licitação.
- 19.4.** Para se habilitar, a licitante deverá apresentar a documentação, na forma prevista a seguir:

19.4.1. 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;
- b)** 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;
- c)** Inscrição do ato constitutivo em cartório de Registro Civil de Pessoas Jurídicas, no caso de sociedades simples, acompanhada de prova da diretoria em exercício;
- d)** 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;



- e) Registro comercial, em caso de empresa individual.

19.4.2. REGULARIDADE FISCAL E TRABALHISTA

- a) Prova de inscrição no Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica - CNPJ/MF;
- b) Prova de inscrição no cadastro de contribuintes estadual ou municipal, se exigível, relativa ao domicílio ou sede da licitante, pertinente ao seu ramo de atividade e compatível com o objeto desta concorrência;
- c) Certidão Conjunta Negativa de Débitos Relativos a Tributos Federais e à Dívida Ativa da União, expedida por órgãos da Secretaria da Receita Federal do Brasil e da Procuradoria Geral da Fazenda Nacional com jurisdição sobre o local da sede da licitante;
- d) Certidões Negativas de Débitos ou de não contribuinte expedidas por órgãos das Secretarias de Fazenda do Estado e do Município em que estiver localizada a sede da licitante;
- e) Certificado de Regularidade de Situação do Fundo de Garantia do Tempo de Serviço - FGTS, em vigor na data de apresentação dos Documentos de Habilitação;
- f) Certidão Negativa de Débito Trabalhista (CNDT) que comprove a inexistência de débitos inadimplidos perante a Justiça do Trabalho.

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

19.4.4. Serão aceitas certidões positivas com efeito de negativa.

19.4.5. 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.

19.4.6. QUALIFICAÇÃO TÉCNICA

- a) Declaração (ões), expedida (s) por pessoa (s) jurídica (s) de direito público ou privado, que ateste (m) que a licitante prestou à (s) declarante (s) serviços compatíveis com os do objeto desta concorrência;
- b) Certificado de qualificação técnica de funcionamento, emitido pelo Conselho Executivo das Normas-Padrão (CENP) ou por entidade equivalente legalmente reconhecida como fiscalizadora e certificadora das condições técnicas de agências de propaganda, conforme disposto no § 1º do Art. 4º da Lei nº 12.232/2010;



- c) O certificado de qualificação técnica de funcionamento emitido para a matriz da agência valerá para a filial;

19.4.7. 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;
- b) Caso não conste prazo de validade, será aceita a certidão emitida em até 90 (noventa) dias corridos, antes da data de apresentação dos Documentos de Habilitação;
- c) No caso de praças com mais de um cartório distribuidor, deverão ser apresentadas as certidões de cada distribuidor;
- d) Balanço patrimonial e demonstrações contábeis do último exercício social, já exigíveis e apresentados na forma da lei, que comprove a boa situação financeira da licitante, vedada a sua substituição por balancetes ou balanços provisórios, que comprove a boa situação financeira da empresa, podendo ser atualizados por índices oficiais quando encerrados a mais de 03 (três) meses da data de apresentação dos Documentos de Habilitação;
- e) 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;
- f) 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;
- g) 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) recibo de entrega de Escrituração Contábil Digital.

h) 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.

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

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

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

SG =	Ativo Total
------	-------------



	Passivo Circulante + Exigível a Longo Prazo
LC =	Ativo Circulante
	Passivo Circulante

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

S =	Ativo Total
	Passivo Exigível Total

- j) 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.
- k) 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\$ 1.250.000,00 (um milhão, duzentos e cinquenta mil reais). *o valor desse item será de 10% do valor do orçamento da licitação

19.4.8. DECLARAÇÕES:

- a) Declaração, na forma regulamentada pelo Decreto nº 4.358/2002, de que cumpre o disposto no inciso XXXIII do art. 7º da Constituição Federal:
- b) Todos os documentos deverão estar em nome da licitante. Se a licitante for matriz, os documentos deverão estar com o número do CNPJ da matriz. Se for filial, os documentos deverão estar com o número do CNPJ da filial, salvo aqueles que, por sua natureza, comprovadamente, são emitidos em nome da matriz

20. ANÁLISE DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

- 20.1. 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.



- 20.2.** 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.

21. ANÁLISE DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

- 21.1.** 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.
- 21.2.** 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.

22. COMISSÃO ESPECIAL DE LICITAÇÃO E SUBCOMISSÃO TÉCNICA

- 22.1.** **Esta concorrência será processada e julgada por Comissão Especial de Licitação**, que será designada por autoridade competente por meio de Portaria.
- 22.2.** As Propostas Técnicas serão analisadas e julgadas por Subcomissão Técnica, designada posteriormente, constituída por 03 (três) membros que sejam formados em Comunicação, Publicidade ou Marketing ou que atuem em uma dessas áreas.
- 22.3.** Na composição da Subcomissão Técnica, pelo menos 1/3 (um terço) dos integrantes não terá vínculo funcional ou contratual com o contratante.
- 22.4.** A escolha dos membros da Subcomissão Técnica dar-se-á por sorteio, em sessão pública, entre os nomes de uma relação que terá 06 (seis) integrantes com vínculo com o contratante e 03 (três) sem vínculo com o contratante, por ele previamente cadastrados.
- 22.5.** Os nomes remanescentes da relação após sorteio dos 03 (três) membros da Subcomissão Técnica serão todos sorteados para definição de uma ordem de suplência, a serem convocados nos casos de impossibilidade de participação de algum dos titulares.
- 22.6.** Para composição da Subcomissão Técnica, a Comissão Especial de Licitação deverá solicitar a comprovação dos requisitos de qualificação dos possíveis membros da Subcomissão Técnica.



- 22.7.** A relação dos nomes para a formação da Subcomissão Técnica será publicada no Diário Oficial, em prazo não inferior a 10 (dez) dias da data em que será realizada a sessão pública marcada para o sorteio.
- 22.8.** O sorteio será processado pela Comissão Especial de Licitação, de modo a garantir o preenchimento das vagas da Subcomissão Técnica, de acordo com a proporcionalidade do número de membros com vínculo ou não com o contratante.
- 22.9.** Até 48 (quarenta e oito) horas antes da sessão pública destinada ao sorteio, qualquer interessado poderá impugnar pessoa integrante da relação, mediante a apresentação à Comissão Especial de Licitação de justificativa para a exclusão.
- 22.10.** Admitida a impugnação, o impugnado terá o direito de abster-se de atuar na Subcomissão Técnica, declarando-se impedido ou suspeito, antes da decisão da autoridade competente.
- 22.11.** A abstenção do impugnado ou o acolhimento da impugnação, mediante decisão fundamentada por autoridade competente, implicará, se necessário, a elaboração e a publicação de nova lista, sem o nome impugnado.
- 22.12.** Será necessário publicar nova relação se o número de membros mantidos depois da impugnação for inferior aos mínimos exigidos por Lei.
- 22.13.** Só será admitida nova impugnação a nome que vier a completar a relação anteriormente publicada.
- 22.14.** A sessão pública para o sorteio será realizada após a decisão motivada da impugnação, em data previamente designada, garantidos o cumprimento do prazo mínimo e a possibilidade de fiscalização do sorteio por qualquer interessado.
- 22.15.** A Comissão Especial de Licitação e a Subcomissão Técnica cuidarão para que a interpretação e aplicação das regras busquem o atingimento das finalidades da licitação e, conforme o caso, poderão relevar aspectos puramente formais nos Documentos de Habilitação e nas Propostas das licitantes, desde que não comprometam a lisura e o caráter competitivo desta concorrência e contribuam para assegurar a contratação da proposta mais vantajosa, nos termos do art. 3º, caput, da Lei 8.666/1993.
- 22.16.** Os membros da Comissão Especial de Licitação e da Subcomissão Técnica assinarão Termo de Responsabilidade, que ficará nos autos do processo desta concorrência.
- 22.17.** Os membros da Comissão Especial de Licitação e da Subcomissão Técnica serão responsabilizados, na forma da lei, por eventuais ações ou omissões que prejudiquem o curso do processo licitatório, nos termos do capítulo IV da Lei nº 8.666/1993, no que couber.

23. OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA



- 23.1.** A agência atuará por ordem da Prefeitura Municipal de Várzea Grande, de acordo com as solicitações realizadas pelo contratante e sempre em conformidade com a legislação, com o Código de Ética dos Profissionais de Propaganda e com as demais normas correlatas que regulam a atividade.
- 23.2.** Os serviços a serem realizados devem ser submetidos à aprovação da Secretaria de Comunicação do Município, responsável pela determinação de sua produção e veiculação.
- 23.3.** A agência não poderá subcontratar outra agência de propaganda para a execução dos serviços.
- 23.4.** Preencher ao longo da execução do contrato os requisitos de qualificação indicados no ANEXO I deste Termo de Referência.
- 23.5.** Operar como organização completa e fornecer serviços de elevada qualidade.
- 23.6.** Manter sigilo quanto às informações que necessitem.
- 23.7.** Ter os trabalhos executados pelos profissionais indicados na comprovação da capacidade de atendimento da Proposta Técnica, que será apresentada no certame licitatório, admitida a substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior, mediante a aprovação prévia da Secretaria de Comunicação da Prefeitura Municipal de Várzea Grande.
- 23.8.** Centralizar o comando da publicidade da Prefeitura Municipal de Várzea Grande (sede, filial, sucursal ou escritório) em Várzea Grande ou Cuiabá, com estrutura de atendimento representada, no mínimo, pelos seguintes profissionais: 1 (um) na área de atendimento; 1 (um) na área de planejamento e pesquisa; 4 (quatro) na área de criação; 1 (um) na área de produção impressa, eletrônica e RTV, 2 (dois) na área de mídia.
- 23.9.** Executar todos os serviços relacionados com o objeto deste Termo de Referência, de acordo com os prazos e demais especificações estipuladas pela Secretaria de Comunicação da Prefeitura Municipal de Várzea Grande.
- 23.10.** Contratar, administrar, executar e fiscalizar os contratos firmados com fornecedores de serviços especializados e veículos de divulgação, sempre após autorização expressa do contratante, respondendo pelos efeitos desses acordos, incluindo os danos e os prejuízos, diretos e indiretos, decorrentes de sua culpa.
- 23.11.** Orientar a produção, a impressão e a distribuição das peças gráficas conforme a solicitação e aprovação do contratante e atestar a conformidade do material.
- 23.12.** Comprometer-se com a perfeita execução de todos os serviços solicitados.
- 23.13.** Envidar esforços para obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores e veículos de comunicação.



- 23.14.** Elaborar, sempre que solicitado pelo contratante, estudo de práticas e investimentos em mídia que vêm sendo empregados.
- 23.15.** Fazer cotações prévias de preço para os serviços a serem prestados por fornecedores, apresentando, no mínimo, 03 (três) cotações coletadas entre os fornecedores, em documento timbrado, que contenham a identificação do fornecedor (com, pelo menos, nome completo, CNPJ/CPF, endereço e telefone) e a identificação (nome completo, cargo na empresa, RG e CPF) e assinatura do responsável pela cotação, além da descrição do produto ou serviço, dos valores unitário e total e, quando necessário, das especificações.
- 23.16.** Nos casos de reutilizações de peças publicitárias do contratante ou parte delas, como foto ou cena específica, a contratada deverá negociar sempre as melhores condições de preço.
- 23.17.** Transferir à parte contratante as vantagens obtidas em negociação com fornecedores de serviços especializados e com veículos de divulgação, incluindo os eventuais descontos e as bonificações na forma de tempo, espaço ou reaplicações que tenham sido concedidos.
- 23.18.** Encaminhar, após a aprovação do serviço pelo contratante e sem ônus a esse, as cópias digitais de peças produzidas, desde que não seja para uso em veiculação de mídia paga.
- 23.19.** Produzir e entregar anualmente, em meio digital, o portfólio dos trabalhos realizados ao contratante durante a execução do contrato, além de relatório de todas as peças desenvolvidas e produzidas, tendo como prazo final o último dia útil do último mês de vigência do contrato ou de sua prorrogação.
- 23.20.** 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 Várzea Grande, preferencialmente por meio de depósito ou transferência bancária identificada.
- 23.21.** Entregar à contratante cópia dos comprovantes de pagamentos feitos aos fornecedores de serviços especializados e aos veículos de divulgação até o dia 10 do mês subsequente ao do pagamento realizado pelo contratante.
- 23.22.** Entregar ao contratante, em meio eletrônico, até o dia 10 de cada mês, um relatório total (mês a mês) de despesas com fornecedores de serviços especializados e veículos de divulgação, com o respectivo acompanhamento de seus pagamentos, conforme modelo definido pelo contratante, devendo conter, pelo menos, as seguintes informações: data de pagamento do contratante; data de pagamento da contratada; número da nota fiscal, valor pago e nome do favorecido.
- 23.23.** Comunicar imediatamente secretaria de Comunicação da Prefeitura Municipal de Várzea Grande toda e qualquer alteração, rejeição, cancelamento ou interrupção de um ou mais serviços contratados, além de adotar instantaneamente providências para solucionar a pendência.



- 23.24.** 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.
- 23.25.** 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.
- 23.26.** 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.
- 23.27.** Prestar esclarecimentos ao contratante sobre eventuais atos ou fatos desabonadores noticiados que se envolver, independente de solicitação.
- 23.28.** Assumir, com exclusividade, todos os tributos e taxas que forem devidos em decorrência do objeto deste Termo de Referência, bem como as contribuições devidas à Previdência Social, os encargos trabalhistas, prêmios de seguro e de acidentes de trabalho, os encargos que venham a ser criados e exigidos pelos cofres públicos e outras despesas que se fizerem necessárias ao cumprimento do objeto pactuado.
- 23.29.** A contratada é responsável pelos recolhimentos de tributos que incidam ou venham a incidir sobre os serviços contratados.
- 23.30.** Sempre que houver solicitação pelo contratante, a contratada deverá apresentar a comprovação de estarem sendo satisfeitos todos os seus encargos e obrigações trabalhistas, previdenciários e fiscais.
- 23.31.** 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.
- 23.32.** Permitir que a auditoria interna da Prefeitura Municipal de Várzea Grande ou auditoria externa por essa indicada tenham acesso a todos os documentos relacionados à execução do contrato.
- 23.33.** 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.
- 23.34.** 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.
- 23.35.** 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 lixeira, assim como de reivindicações, demandas, queixas ou representações referentes a tais assuntos.



23.36. 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 Auto-regulamentação Publicitária), sejam impedidas de veicular ou, uma vez veiculando, sejam retiradas do ar.

23.37. 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.

24. OBRIGAÇÕES DO CONTRATANTE

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

24.11. Instituir processo de seleção interna entre as contratadas, cuja metodologia será posteriormente elaborada, aprovada e publicada na imprensa oficial.

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



- 24.13.** O contratante fiscalizará a execução dos serviços contratados e verificará o cumprimento das especificações técnicas, podendo rejeitá-los, no todo ou em parte, quando não corresponderem ao desejado ou especificado.
- 24.14.** Manter divulgadas em sítio próprio aberto na rede mundial de computadores as informações sobre a execução do contrato, com os nomes dos fornecedores de serviços especializados e veículos, garantindo o acesso livre às informações de quaisquer interessados.
- 24.15.** Nomear Gestores e Fiscais para executar a fiscalização do contrato e registrar em relatório todas as ocorrências, deficiências, irregularidades ou falhas que porventura serão observadas na execução dos serviços, objetivando a imediata correção.

25. CONDIÇÕES E PRAZO DE PAGAMENTO

- 25.1.** Os pagamentos serão realizados depois da conclusão dos serviços, por campanha, após a devida prestação de contas pela agência e atestado de conformidade realizado pela Secretaria de Comunicação da Prefeitura Municipal de Várzea Grande, responsável pela fiscalização dos serviços, devidamente acompanhada de Regularidade Fiscal e Trabalhista, descritos nos Decretos Estaduais nº 840/2017 e suas alterações, nº 8.199/2006 e nº 8.426/2006, obedecendo os prazos estabelecidos pelos órgãos competentes
- 25.2.** O prazo para o pagamento é de até 30 (trinta) dias após o atesto.
- 25.3.** Pelos serviços de criação e execução interna, a contratada receberá o valor correspondente indicado na "Tabela de Custos Internos" em vigor, que é editada pelo Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Mato Grosso e corresponde ao valor praticado pelo mercado, sendo que o desconto sobre tal tabela será item de avaliação no certame licitatório, contido na Proposta de Preços, conforme consta a seguir:
- 50% de desconto ou mais – 50 pontos;
 - De 40% a 49% – 40 pontos;
 - De 30% a 39% – 30 pontos;
 - De 20% a 29% – 20 pontos;
 - Abaixo de 20% – 10 pontos.
- 25.4.** Pelos serviços prestados, a contratada será remunerada por honorários sobre os custos de produção e de execução técnica de peça ou material, assim como de planejamento e de execução de pesquisas e de 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 e sobre os resultados das campanhas realizadas ou a serem realizadas; também sobre os custos de criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação



publicitárias destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias. Os honorários serão calculados sobre o preço faturado pelos fornecedores, sendo 15% o valor máximo praticado pelo mercado, de acordo com as Normas-Padrão da Atividade Publicitária regulamentadas pelo CENP – Conselho Executivo de Normas-Padrão. Esse também será item de avaliação na Proposta de Preços do processo licitatório, conforme descrito abaixo:

Até 10% sobre o valor faturado pelo fornecedor – 50 pontos;

De 11% sobre o valor faturado pelo fornecedor – 40 pontos;

De 12% sobre o valor faturado pelo fornecedor – 30 pontos;

De 13% sobre o valor faturado pelo fornecedor – 20 pontos;

Acima de 14% sobre o valor faturado pelo fornecedor – 10 pontos.

- 25.5.** Os honorários descritos anteriormente serão calculados sobre o preço efetivamente faturado, a ele não acrescido o valor dos tributos cujo recolhimento seja de competência da contratada.
- 25.6.** De acordo com a Lei nº 12.232/2010, somente pessoas físicas ou jurídicas previamente cadastradas pelo contratante poderão fornecer à contratada bens e serviços especializados relacionados com as atividades complementares da execução do objeto, sendo exigida sempre a apresentação pela contratada ao contratante de três (3) orçamentos obtidos entre pessoas que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido.
- 25.7.** A contratada fará jus ao desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, em conformidade com o Artigo 11 da Lei nº 4.680/1965 e do Decreto nº 57.690/1966. O desconto será concedido à contratada pela concepção, execução e/ou distribuição de publicidade, por ordem e conta do contratante, nos termos do Artigo 19 da Lei nº 12.232/2010.
- 25.8.** Pertencem ao contratante as vantagens obtidas em negociação de compra de mídia diretamente ou por intermédio de agência de propaganda, incluídos os eventuais descontos e as bonificações na forma de tempo, espaço ou reaplicações que tenham sido concedidos pelo veículo de divulgação.
- 25.9.** A contratada não fará jus a nenhuma remuneração ou desconto de agência quando da utilização pelo contratante de créditos que a esse tenham sido concedidos por veículos de divulgação, em qualquer ação publicitária pertinente ao contrato.
- 25.10.** O faturamento dos serviços de produção externa e veiculação deverá ser feito pelos prestadores de serviços em nome da Prefeitura Municipal de Várzea Grande, aos cuidados da contratada, através da qual os pagamentos serão efetuados.
- 25.11.** A contratada cede ao contratante os direitos autorais patrimoniais de uso das ideias (incluídos estudos, análises e planos), peças, campanhas e demais materiais de publicidade, de sua



propriedade exclusiva, de seus empregados ou prepostos, concebidos, criados ou produzidos em decorrência do contrato firmado. Os direitos são cedidos de forma total e definitiva para uso no Brasil.

- 25.12.** As despesas com deslocamento de profissionais da contratada, de seus representantes ou de fornecedores por ela contratados, na cidade de Várzea Grande, serão de responsabilidade da contratada.
- 25.13.** Quando houver ressarcimento de despesas com deslocamento de profissionais da contratada, de seus representantes ou de fornecedores por ela contratados, deverão ser apresentados comprovantes de passagens, diárias, locação de veículos, entre outros, a fim de aferir a execução da despesa e assegurar seu pagamento pelo líquido, sem incidência de honorários.
- 25.14.** Para liquidação e pagamento das despesas referente aos serviços previamente autorizados pelo contratante, as contratadas deverão apresentar:
- 25.15.** A correspondente Nota Fiscal, sem rasura e em letra legível, em nome da Prefeitura Municipal de Várzea Grande, CNPJ nº XX.XXX.XXX/0001-XX, contendo o número do contrato, além das seguintes informações da contratada: nome, CNPJ e dados bancários;
- 25.16.** 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;
- 25.17.** Ainda no que tange o pagamento de fornecedores e veículos, a contratada deverá apresentar os documentos comprobatórios de execução/entrega dos serviços, os documentos comprobatórios da demonstração do valor devido ao veículo, da sua tabela de preços, dos descontos negociados, dos correspondentes pedidos de inserção e da efetiva veiculação, sendo este último providenciado sem ônus ao contratante.
- 25.18.** Os documentos de cobrança e comprovação da execução e entrega dos serviços para a liquidação e pagamento de despesas deverão ser encaminhados para a Secretaria de Comunicação da Prefeitura Municipal de Várzea Grande e, caso se constate algum erro ou irregularidade na documentação, poderão ser devolvidos para as devidas correções ou aceitos com a glosa da parte considerada indevida.
- 25.19.** O contratante não pagará nenhum acréscimo pelo adiamento do pagamento em razão de pendência no cumprimento de quaisquer cláusulas constantes no contrato.
- 25.20.** Antes da efetivação do pagamento, será verificada a comprovação de regularidade da contratada, dos veículos de divulgação referente a:
- a)** Certificado de Regularidade de Situação do Fundo de Garantia do Tempo de Serviço – FGTS;
 - b)** Certidão Negativa de Débitos relativos aos Tributos Federais e Dívida Ativa da União;



- c) Certidões negativas de tributos estaduais e municipais, emitidas pelos respectivos órgãos;
- d) Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas – CNDT.

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

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

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

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

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

26. GARANTIA CONTRATUAL

26.1. As contratadas prestarão individualmente garantia, em favor da contratante, no valor de R\$ xxxxxx,00 (xxxxxx mil reais), o que corresponde a 1% (um por cento) do valor do contrato, de acordo com o Artigo 56da Lei nº 8.666/1993, 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.

27. GERENCIAMENTO E FISCALIZAÇÃO

27.1. Autoridade competente designará a equipe de fiscalização por meio de Portaria, que será publicada na Imprensa Oficial, conforme prevê o Artigo 67, caput, da Lei nº 8.666/1993.

28. PRAZO DE VIGÊNCIA DO CONTRATO

28.1. O contrato terá vigência de 12 (doze) meses, contando a data de sua assinatura, podendo ser prorrogado, na forma do Artigo 57 da Lei 8.666/1993 e alterações subsequentes, com limite de 60 (sessenta) meses.



29. PRAZO PARA A ASSINATURA DO CONTRATO

29.1. O contrato deverá ser assinado pelas licitantes declaradas vencedoras do certame no prazo de até 10 (dez) dias úteis, contados a partir da data de convocação da Secretaria de Comunicação da Prefeitura Municipal de Várzea Grande, sob a pena de decair do direito à contratação, sem prejuízo das penalidades previstas no Artigo 81 da Lei nº 8.666/1993 e alterações subsequentes.

30. SANÇÕES/PENALIDADES

30.1. O descumprimento das obrigações assumidas pela contratada, sem justificativa aceita pela contratante, resguardados os preceitos legais pertinentes, poderá acarretar as seguintes sanções administrativas:

- I. Advertência;
- II. Suspensão temporária de participação da seleção interna;
- III. Multa de mora e multa compensatória;
- IV. Suspensão temporária de participação de licitação e impedimento de contratar com a Administração Pública por até 02 (dois) anos;
- V. Declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com a Administração Pública.

30.2. Nenhuma sanção será aplicada sem o devido processo administrativo, assegurado à contratada o contraditório e a ampla defesa.

30.3. As sanções aplicadas só poderão ser relevadas motivadamente e por conveniência administrativa, mediante ato devidamente justificado da autoridade competente.

30.4. A aplicação das sanções observará as seguintes disposições:

- I. A advertência, a suspensão temporária de participação da seleção e as multas serão aplicadas pelo gestor deste contrato;
- II. 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;
- III. A aplicação da declaração de inidoneidade será de responsabilidade da autoridade competente pela pasta.

30.5. A sanção de advertência poderá ser aplicada nos seguintes casos:

- I. Descumprimento parcial das obrigações e responsabilidades assumidas contratualmente;



- II. Outras ocorrências que possam acarretar transtornos ao desenvolvimento dos serviços, a juízo da contratante, desde que não caiba a aplicação de sanção mais grave.
- 30.6.** No ato de advertência, a contratante 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.
- 30.7.** A suspensão temporária de participação da seleção interna será aplicada quando, vencido o prazo estipulado na advertência, a contratada continuar inadimplente em relação ao fato que deu origem à sanção.
- 30.8.** 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 contratante.
- 30.9.** A suspensão do direito de licitar e contratar com a Administração Pública poderá ser aplicada à contratadas e, 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 contratante;
- 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 contratante;
- c) Cometimento de quaisquer outras irregularidades que acarretem prejuízo à contratante, ensejando a rescisão deste contrato por sua culpa;
- d) Condenação definitiva por fraude fiscal no recolhimento de quaisquer tributos e contribuições, praticada por meios dolosos;
- e) Apresentação, à contratante, de qualquer documento falso ou falsificado, no todo ou em parte, com o objetivo de participar da licitação que deu origem a este contrato, que venha ao conhecimento da contratante após a assinatura deste contrato, ou para comprovar, durante sua execução, a manutenção das condições apresentadas na habilitação;



- f) Ocorrência de ato capitulado como crime pela Lei nº 8.666/1993, praticado durante o procedimento licitatório, que venha ao conhecimento da contratante 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 contratante.

30.10. 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 contratante, atuação com interesses escusos, reincidência em faltas que acarretem prejuízo à contratante ou aplicações anteriores de sucessivas outras sanções.

30.11. A declaração de inidoneidade será aplicada à contratadas e, entre outros casos:

- I. Sofrer condenação definitiva por fraude fiscal no recolhimento de quaisquer tributos, praticada por meios dolosos;
- II. Demonstrar, a qualquer tempo, não possuir idoneidade para licitar ou contratar com a contratante, em virtude de atos ilícitos praticados;
- III. Reproduzir, divulgar ou utilizar, em benefício próprio ou de terceiros, quaisquer informações de que seus empregados tenham tido conhecimento em razão da execução deste contrato, sem consentimento prévio da contratante.

30.12. A declaração de inidoneidade implica proibição da contratada de transacionar com a Administração Pública, enquanto perdurarem os motivos determinantes da punição ou até que seja promovida a reabilitação, perante a autoridade que aplicou a penalidade, que será concedida sempre que a contratada ressarcir a contratante pelos prejuízos resultantes e depois de decorrido o prazo da sanção aplicada.

30.13. 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.

30.14. 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.

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

30.16. A aplicação das sanções previstas neste contrato não exclui a possibilidade de aplicação de outras, previstas na Lei nº 8.666/1993, incluída a responsabilização da contratada por eventuais perdas e danos causados à contratante.

30.17. 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 contratada.

30.18. O valor das multas deverá ser recolhido no prazo máximo de 30 (trinta) dias corridos, a contar da data do recebimento da comunicação enviada pela contratante.

31. DISPOSIÇÕES FINAIS

31.1. 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.

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

31.3. 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.

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

31.5. Se ocorrer desclassificação ou inabilitação da licitante vencedora, por fatos referidos no parágrafo precedente, o contratante poderá convocar as licitantes remanescentes, obedecida a ordem de classificação das Propostas Técnicas ou revogar esta concorrência.



- 31.6.** Se, durante a execução do contrato, o instrumento firmado com a contratada não for prorrogado, ou for rescindido, nos casos previstos na legislação e no contrato, o contratante poderá convocar as licitantes remanescentes, obedecida a ordem de classificação das Propostas Técnicas, para dar continuidade à execução do objeto do contrato, desde que concordem e se disponham a cumprir todas as condições e exigências a que estiver sujeita a signatária do contrato.
- 31.7.** 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.
- 31.8.** 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.
- 31.9.** 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 art. 93 da Lei nº 8.666/1993.
- 31.10.** 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.
- 31.11.** Mediante parecer escrito e devidamente fundamentado, esta concorrência será anulada se ocorrer ilegalidade em seu processamento e poderá ser revogada, em qualquer de suas fases, por razões de interesse público decorrente de fato superveniente devidamente comprovado, pertinente e suficiente para justificar tal conduta.
- 31.12.** A nulidade do procedimento licitatório induz à do contrato, sem prejuízo do disposto no parágrafo único do art. 59 da Lei nº 8.666/1993.
- 31.13.** O contratante poderá cancelar de pleno direito a Nota de Empenho que vier a ser emitida em decorrência desta licitação, bem como rescindir o contrato, independentemente de interpelação judicial ou extrajudicial, desde que motivado o ato e assegurados à contratada o contraditório e a ampla defesa, caso a adjudicação seja anulada, em virtude de qualquer dispositivo legal que a autorize.
- 31.14.** 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.



31.15. 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, no Diário Oficial, na forma prevista no parágrafo único do art. 61 da Lei nº 8.666/1993.

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

31.17. Integram este Termo de Referência os seguintes Anexos:

Anexo I: Qualificação Requerida

Anexo II: Tabela de Custos Internos (SINAPRO-MT)

Anexo III: Briefing

Anexo IV: Modelo de Proposta de Preços

32. DA RESPONSABILIDADE PELA ELABORAÇÃO DO TERMO DE REFERÊNCIA E DEMAIS DOCUMENTOS DE INSTRUÇÃO ANEXOS AOS AUTOS

32.1. Declaro estar ciente de todas as aplicações administrativas, cíveis e criminais pelas informações prestadas no presente Termo de Referência e em relação a elas assumimos de forma solidária a responsabilidade.

Elaborado por:

JANE CÁSSIA DUARTE VENTURA

COORD. ADM. FINANCEIRA/SECOM (MAT.144035)

Validação e aprovação do responsável pela UNIDADE SOLICITANTE:

PEDRO MARCOS CAMPOS LEMOS

Secretário de Comunicação Social



ANEXO I – QUALIFICAÇÃO REQUERIDA

01 – QUALIFICAÇÃO TÉCNICA

Estarão aptas a participar do certame as empresas que apresentarem as documentações exigidas por lei em licitações, como as dispostas no Artigo 27 da Lei nº 8.666/1993, e também:

I – Apresentarem o certificado de qualificação técnica de funcionamento de que trata a Lei nº 12.232/2010, Artigo 4 e seu parágrafo primeiro, obtido perante o Conselho Executivo das Normas-Padrão (CENP);

II – Declaração (os) 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.

02 – CAPACIDADE DE ATENDIMENTO

Para comprovar a capacidade de atendimento às necessidades de serviços solicitados pela Prefeitura Municipal de Várzea Grande, 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 de Várzea Grande.

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 Várzea Grande, 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 2022;
- b) As peças eletrônicas deverão ser fornecidas em CD, DVD ou *pen drive* e deverão ser executáveis em 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 Várzea Grande seja ou tenha sido signatária;

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 PROCEDIMENTO DE SELEÇÃO INTERNA**

Pelo presente regulamento, o Município de Várzea Grande estabelece regramento quanto ao processo de seleção interno de agências de publicidade e propaganda a serem contratadas via da Concorrência Pública n. 01/2023, de acordo com o artigo 2º, §4º da lei 12.232/2010 e cláusula 5.7 do Termo de Referência n. xxxxxxxxxxxx que tem por objeto a Contratação de Agência de Publicidade para prestação de serviços técnicos de publicidade para elaboração de projetos e campanhas com o fim específico de divulgação das ações da Prefeitura Municipal de Várzea Grande, conforme as condições e especificações constantes no edital e seus anexos.

Cláusula 1. O Município de Várzea Grande, por intermédio da Secretaria de Comunicação - SECOM realizará seleção interna, entre as Agências contratadas, para o desenvolvimento de ações e/ou campanhas publicitárias com investimento em produção e mídia, a partir de R\$ 200.000,00 (duzentos mil reais), inclusive.

1.1. No caso de ações e/ou campanhas publicitárias com investimento em produção e mídia inferior a R\$ 200.00,00 (duzentos mil reais), a SECOM poderá realizar o procedimento de seleção interna, caso julgue necessário.

Cláusula 2. Além do previsto no item 1.1, a SECOM poderá dispensar o procedimento de seleção interna, nas seguintes situações:

- a) hipótese da ação decorrer de iniciativa de uma das Agências;
- b) reaproveitamento de linha criativa aprovada anteriormente;
- c) situações peculiares que requeiram urgência na realização da ação de comunicação;

Cláusula 3. A SECOM convocará as Agências, com prazo mínimo de 48 horas, por meio de ofício, mensagem eletrônica ou por telefone, para participarem da seleção interna.

Cláusula 4. O briefing da ação e/ou campanha, contendo todos os subsídios para que as Agências possam elaborar sua proposta de solução para a necessidade de comunicação do Município, será repassado às Agências de Publicidade, em reunião realizada com essa finalidade.

Cláusula 5. O prazo, a ordem e a forma de apresentação das propostas serão acordados no dia do repasse do briefing e registrados na ata da reunião simplificada.

Cláusula 6. As Agências deverão entregar e/ou apresentar na data estipulada, o material produzido, com o descritivo da ação e/ou campanha e as peças publicitárias.

Cláusula 7. O prazo de conclusão da avaliação será informado a cada seleção, de acordo com a necessidade do Município.



Cláusula 8. As propostas de ações e/ou campanhas serão avaliadas por comissão julgadora, composta por 2 (dois) profissionais vinculados a SECOM.

8.1. A comissão julgadora poderá sugerir que as propostas apresentadas pelas Agências sejam integradas ou compartilhadas para aperfeiçoar a ação de comunicação publicitária ou viabilizar a sua execução, cabendo ao Município, a decisão e a definição da forma de participação das Agências.

Cláusula 9. A metodologia de avaliação das ações e/ou campanhas será composta por quesitos que receberão notas de 0 (zero) a 10 (dez), conforme os pesos a seguir:

- a) Raciocínio Básico** - o grau de entendimento e compreensão do briefing (peso 1).
- b) Estratégia de Comunicação Publicitária** - a adequação do tema e conceito propostos; a consistência da defesa do tema e conceito propostos; a riqueza de desdobramentos que o tema e conceito possibilitam; a adequação da estratégia de comunicação; a consistência da defesa da estratégia de comunicação; a adequação da estratégia de comunicação com a verba disponível, de acordo com cada ação, na forma de campanha específica de comunicação publicitária (peso 4).
- c) Ideia Criativa** - a adequação da proposta ao briefing; a interpretação favorável ao conceito da campanha; a adequação da proposta aos públicos-alvo; a originalidade e simplicidade da forma e dos elementos; a pertinência às atividades da Administração; os desdobramentos que permite; a exequibilidade das peças; a compatibilidade das peças aos meios propostos. (Peso 4).
- d) Estratégia de Mídia e Não Mídia** - o conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos públicos-alvo; a consistência do plano simulado; a pertinência, oportunidade e economicidade no uso dos recursos próprios de comunicação; a otimização dos recursos nos meios recomendados; a criatividade em mídia. (Peso 1).

Cláusula 10. O resultado será informado por qualquer dos meios previstos na Cláusula 3.

Cláusula 11. Não caberão as Agências participantes a apresentação de recurso da decisão.

Pedro Marcos Campos Lemos

Secretário de Comunicação Social

**ANEXO III – BRIEFING****APRESENTAÇÃO**

Várzea Grande (informalmente referida pelo acrônimo VG) é uma cidade brasileira do Estado de Mato Grosso na Região Centro-Oeste do país. Situada à margem direita do Rio Cuiabá, está à 7 km a leste da capital mato-grossense e ocupa uma área de 938,057 km. Pertence à Região Metropolitana do Vale do Rio Cuiabá e as regiões geográficas intermediárias e imediata de Cuiabá. É a segunda cidade mais populosa do estado, a 7ª mais populosa da região Centro-Oeste e a 97ª mais populosa do país, com população de 290 383 habitantes segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE).

A sede tem uma temperatura média anual de 25,9°C e tendo como vegetação predominante, uma cobertura nativa do cerrado bem como Floresta Amazônica. Em relação à frota automobilística, em 2020 foram contabilizados 183 112 veículos. Com uma taxa de urbanização da ordem de 98,46%, o município contava, em 2009, com 51 estabelecimentos de saúde. O seu Índice de Desenvolvimento Humano (IDH) é de 0,734 (2010), considerando como médio pelo Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD) sendo o decimo terceiro entre os municípios mato-grossense.

Várzea Grande foi fundada em 1867 pelo presidente da província de Mato Grosso, Brigadeiro José Vieira Couto de Magalhães no período da Guerra do Paraguai como um acampamento militar para o suporte aos cidadãos paraguaios residentes em Cuiabá e cercania, com o fim do conflito formou-se o povoado composto por soldados e cidadãos paraguaios e vaqueiros, sendo em 4 de junho de 1874 foi inaugurada uma balsa, a primeira ligação da região à capital. Em 1896 torna-se distrito de Cuiabá e tornando se município com a promulgação da lei estadual nº 126 de 23 de setembro de 1948. Nas décadas de 60, 70 e 80 houve o estímulo a Industrialização, com uma política de incentivos fiscais e doações de áreas por parte da prefeitura e do Governo do Estado, nesse período ocorreu a atração de indústrias de bebidas, frigoríficos e madeireiras, tornando a cidade no maior polo industrial de Mato Grosso.

Encontra-se sob conturbação com a capital Cuiabá, tendo 5 pontes (Júlio Mueller, Ponte Nova, Juscelino Kubitschek, Sérgio Motta e a Mário Andreazza) como principal meio de deslocamento a cidade pelo Rio Cuiabá e também sendo considerada "porta de entrada" para a Amazônia Legal, por estar próxima a Rodovia dos Imigrantes (trecho das BR-163 e BR-364) e a BR-070. O município possui importante atividade econômica nos setores industrial e comercial e sendo um do mais importante polo atacadista e turístico do estado. Possui o terceiro maior Produto Interno Bruto de Mato Grosso, ficando atrás de Cuiabá e Rondonópolis. Na cidade abriga o Aeroporto Internacional de Cuiabá, principal aeroporto do estado.

Por estar intimamente ligada a Capital do Estado e ser referência para questões de saúde e educação, tanto pública, como privada, Várzea Grande acaba sofrendo um pesado fluxo de passagem de pessoas atrás de tratamento especializado, para formação profissional e de nível superior, além da constante busca por melhores vagas de emprego e conseqüentemente de renda.



A industrialização mesmo ainda estando presente, como no caso de 15 Frigoríficos, entre eles o Marfrig Global Foods é a segunda maior produtora de carne bovina do mundo e líder na produção de hambúrgueres, sendo que a Planta de Várzea Grande reúne mais de 5 mil trabalhadores e detém contas de produção de hambúrgueres das maiores redes de Fast Foods do Mundo.

Atualmente é considerada uma das companhias brasileiras de alimentos mais internacionalizadas e diversificadas do mundo, detém cerca de 50 unidades produtivas comerciais e de distribuição instaladas – com capacidade de abate superior a 29 mil cabeças/dia e mais de 430 mil toneladas de processados ao ano – em doze países em quatro continentes e com produtos presentes em mais de 100 países.

Mas é necessário ampliar e melhorar a política de atração de novas indústrias, bem como fomentar a prestação de serviço, principalmente pelo fato de que a maior fonte da economia mato-grossense, na atualidade é o agronegócio, que se encontra distante da Região Metropolitana, mas existe a possibilidade dos seus efeitos na economia local ser potencializada, dependendo dos investimentos e das prioridades que as gestões públicas implementem dentro de sua realidade.

Várzea Grande centraliza assim como a Capital do Estado, os principais corredores de transporte rodoviário que são as BRs 163/ 070 e 364, fora outras rodovias federais e estaduais que interligam a malha rodoviária diante dos seus 141 municípios.

A extensão territorial do Mato Grosso é de 903.329,700 quilômetros quadrados, o que corresponde a 10,6% do território brasileiro, sendo que por estar geograficamente localizada no centro da América do Sul e ao lado da Capital do Estado, Cuiabá, Várzea Grande é passagem obrigatória para todos que vão para o Norte ou para o Sul do Estado, bem como para todas as demais regiões do Brasil.

Fora isto, não se pode descartar que Mato Grosso, faz divisa com outro país a Bolívia, mas Estados Vizinhos como Mato Grosso do Sul que faz fronteira com o Paraguai e Bolívia; Rondônia com Bolívia, Amazonas com a Colômbia, Venezuela e Peru e com o Estado do Pará que ainda faz fronteira com a Guiana Francesa e Suriname, estão ajudando a carrear investimentos na produção de alimentos como soja, milho, arroz ou algodão e carne animal com o maior rebanho bovino com mais de 33 mil cabeças, além de caprinos e de suínos, bem como de outros produtos primários como madeira, minério de ferro, ouro, pedras preciosas.

As incursões do Governo do Estado e da iniciativa privada estão colocando os trilhos da Ferrovia Vicente Vuolo na Região Metropolitana, o que certamente trará benefícios para Várzea Grande com para Cuiabá, em redução de custos no frete e a chegada de produção agrícola do Médio Norte que está a uma média de 380 km de distância dos maiores produtores como Lucas do Rio Verde, Nova Mutum, Sorriso, Sinop, Campos de Júlio, Sapezal entre outros, então o futuro da região e da cidade tem que ser pensada para fazer frente às necessidades desta nova modalidade econômica que em pelo menos uma década chegará por aqui.

Enquanto os trilhos não chegam, as Rodovias que cortam Várzea Grande são fundamentais, por isto é importante que o processo de transferência da concessão da BR-163 hoje na iniciativa privada para



o Governo do Estado e a privatização de outras rodovias se deem de forma acelerada para fazer frente ao prazo necessário para a chegada dos trilhos que certamente será um dos modais mais eficientes e baratos para o agronegócio.

Não se pode esquecer que o Aeroporto Internacional Marechal Rondon está localizado em Várzea Grande e já foi concedido a iniciativa privada para a COA – Centro Oeste Airports que em 2022 anunciou investimentos em novas obras de ampliação e melhoria esperando atrair novos investidores, bem como, também a implantação do Porto Seco na área Aeroportuária para atender o transporte de cargas, portanto, poderemos ter em breve, o fomento as exportações através do Aeroporto Marechal Rondon, bem como a melhoria para passageiros e principalmente turistas, sejam eles para conhecer as riquezas do Pantanal, da Chapada dos Guimarães, Amazônia, Cerrado, Araguaia, como para negócios e que tem que passar por Várzea Grande.

Essa sinalização é tão positiva que o setor hoteleiro que ganhou impulsionamento por causa da Copa de 2014 e depois retrocedeu, está novamente sendo potencializado em Várzea Grande com obras e novas unidades para todo tipo de cliente.

Várzea Grande cresce de forma acelerada e representa um importante eixo desenvolvimentista que pode ser constatado pelo elevado número de residenciais e habitações construídas e comercializadas.

Uma nova região surgiu nos últimos anos, o Chapéu do Sol, mais próximo da capital e que já conta com diversos Condomínios Residenciais e projetos para Condomínios Empresariais.

Também ali está sendo erguido o Parque Tecnológico que será referência para a formação de mão de obra especializada, voltada para o agronegócio e um Polo Educacional tanto público como privado.

O Parque Tecnológico vai reunir inovações industriais, comerciais e educativas para que o promissor mercado mato-grossense e consequentemente de Várzea Grande amplie seus horizontes, gerando emprego e renda para diversas áreas.

Outra importante informação a ser explorada, mas que necessita de certa cautela por causa do atraso nos dados do Censo 2022, que deverá entrar ainda no ano de 2023, é quanto ao PIB de Várzea Grande.

O último levantamento oficial do IBGE para o PIB data de 2019 e aponta para um valor da ordem de R\$ 8 bilhões 597 milhões e para um PIB per capita da ordem de R\$ 30.166,68, que são valores expressivos. Mas existe a expectativa de que os números de 2023 já coloquem Várzea Grande com seu PIB acima ou próximo dos R\$ 10 bilhões, o que representa dizer, que mesmo distante do agronegócio, Várzea Grande tem sua economia crescente.

No final de 2021, foi apresentado estudo através da pesquisa “Melhores Cidades para Fazer Negócios 2.0, da Urban Systems, que apontou Várzea Grande como o melhor município para se investir no setor industrial, destacando que ela está entre as 100 melhores cidades do Brasil no setor.



Ao todo, 325 municípios do Brasil com mais de 100 mil habitantes compõem o estudo. Segundo a Federação das indústrias de Mato Grosso (FIEMT), Várzea Grande possui 794 indústrias, que juntas faturam mais de R\$ 3 bilhões, 20% do PIB Industrial de Mato Grosso. Além disso, o setor emprega 9.246 empregados, que injetam cerca de R\$ 300 milhões na economia todos os anos. A indústria de Várzea Grande acompanha o processo de crescimento acelerado do estado, sendo que as principais características que ajudam Várzea Grande é sua localização estratégica privilegiada, inserida em uma Região Metropolitana com mais de um milhão de habitantes, com estrutura educacional, onde está localizado o Aeroporto Internacional Marechal Rondon e por ser cortada por importantes rodovias federais, que escoam a produção, chegando aos mercados consumidores e principais portos.

O estudo das 100 Melhores Cidades para Fazer Negócios é publicado pela Urban Systems anualmente, desde 2014. Até 2019, a metodologia para elaboração do ranking teve poucas alterações. A pesquisa apresentava uma lista única das melhores cidades para se investir, considerando quatro eixos: desenvolvimento econômico e social, capital humano e infraestrutura.

No entanto, com o impacto do novo coronavírus e a intenção de manter o estudo atual e renovado, a publicação de 2020 está de cara nova e aposta em um olhar mais segmentado das melhores cidades para negócios, levando em conta os resultados para seis setores da economia: indústria, comércio, serviços, educação, mercado imobiliário e agropecuária.

No estudo de 2020, novamente Várzea Grande foi a única cidade de Mato Grosso a aparecer entre as 100 cidades com mais de 100 mil habitantes como ideal para fazer negócios no setor industrial, sendo que boa parte das avaliações resultam das posição geográfica, do Aeroporto Marechal Rondon, da disposição de energia elétrica, da possibilidade de mão de obra, da existência de áreas e de pavimentação asfáltica entre outros investimentos em infraestrutura que são fundamentais para atender as demandas das indústrias.

Os investimentos realizados pela Prefeitura de Várzea Grande, procuram justamente atender as expectativas de eventuais industriais e principalmente de novos e potenciais negócios, o que vem reforçado pelos investimentos em rodovias, em ferrovias, em tecnologia, em educação, em mão de obra e no Aeroporto Internacional.

Mas nem tudo é 100% em Várzea Grande. A cidade cresceu desordenadamente gerando problemas como a questão do abastecimento de água que é deficitário, falta de habitações para todos os públicos existentes, a falta de transporte coletivo de massa e uma melhor urbanização.

Mesmo estando ao lado da Capital, Cuiabá, existe um abismo se forem comparados os números da capital para com a segunda maior cidade do interior, até mesmo no tratamento do Governo Federal que ao transferir recursos involuntariamente para a Capital, não exige contrapartida, já para Várzea Grande, exige uma média de 40% de contrapartida, ou seja, a cada R\$ 10 milhões transferidos involuntariamente, o Tesouro Municipal tem que desembolsar 4 milhões em média.



Segundo relatório do Governo do Estado de Mato Grosso O PIB do estado de Mato Grosso foi estimado em R\$ 178,65 bilhões no ano de 2020, enquanto, em 2019, o valor foi de R\$ 142,12 bilhões. Em termos de variação em volume, a economia manteve estabilidade entre 2019 e 2020, onde vivenciou o contexto da pandemia e medidas de restrições. Na análise de desempenho ao longo da série iniciada em 2002, o Mato Grosso continua se destacando com a maior variação em volume acumulada entre os entes federativos: 130,4%, como também apresenta o maior crescimento médio (4,7% a.a.). O PIB per capita estimado foi em R\$ 50.663,19, com posição de terceiro maior do país. O desempenho do PIB e PIB per capita no estado em 2020 foi motivado pelo aumento dos preços principalmente na Agropecuária, mas também na Indústria e nos Serviços. A Agropecuária registrou crescimento de 11,1% em volume, em relação ao ano anterior, e obteve participação de 28,8% na economia estadual em 2020 (21,4% em 2019). A atividade de Agricultura, inclusive apoio à agricultura e a pós-colheita apresentou variação em volume positiva em 12,2%, em um contexto em que houve recorde da produção agrícola, exportações aumentadas de modo significativo, preços das commodities com alta considerável no mercado internacional e valorização da moeda norte-americana frente a nacional. O desempenho adveio das contribuições do cultivo da soja, cultivo do algodão herbáceo em caroço e cultivo de cereais (sobretudo o milho). A produção de cana-de-açúcar, por sua vez, recuou em 2020, devido, em parte, ao reflexo da substituição por outros cultivos em razão da atratividade dos preços, encerramento de atividades de usinas e a produção de biocombustíveis com uso do milho. Em Pecuária, inclusive apoio à pecuária, cuja variação foi de 2,9 %, os efetivos de bovinos (o maior do país) e suínos do Mato Grosso apresentaram resultados positivos, apesar do aumento do custo produtivo. No segmento de criação de aves, houve recuo do desempenho, que se associa ao quadro de progressiva redução de efetivo no Estado, principalmente naquelas destinadas ao abate.

Com todas essas informações e citações acima contidas passamos a questão dos números de Várzea Grande.

A atual gestão e sua equipe trabalha para manter o alto índice de investimentos em obras e ações, assumidas da gestão passada da prefeita que desde 2015 quando passou a exercer o mandato, imprimiu um ritmo acelerado de realizações e de melhorias nas políticas públicas visando garantir a qualidade de vida de todos os moradores de Várzea Grande, mas também atender aqueles que em função de estar a cidade localizada na Região Metropolitana, estar sempre ou convivendo na cidade.

Investimentos em áreas essenciais foram mantidos e até mesmo ampliados e mesmo diante de uma pandemia da COVID 19 que arrefeceu a economia local, Várzea Grande não deixou crescer e se desenvolver, inclusive sendo a área da saúde pública local comparada e apontada como mais eficiente do que das demais cidades do Estado.

Para se ter uma ideia, a média de investimentos nas principais áreas, sempre ficou acima da previsão legal, como na saúde que a legislação estabelece 15% para os municípios e 12% para os Estados e Várzea Grande aplicou uma média de 28%.



Na área da Educação que estabelece 25% das receitas, Várzea Grande aplica uma média de 27%.

Indo além, no social os investimentos foram ampliados, assim como nas obras de infraestrutura que estão sendo executadas através de empréstimos em instituições financeiras oficiais como a Caixa Econômica Federal e o Banco do Brasil, além de recursos próprios.

Várzea Grande tem acessado recursos de empréstimo por estar com suas certidões negativas em dia, ter quitado seus compromissos, cumprir as decisões judiciais e principalmente adotar a transparência na correta aplicação dos recursos públicos, tanto que formalizou contrato com a Caixa Econômica Federal para que ela fiscalize a aplicação dos recursos de empréstimo e a qualidade das obras executadas através das empreiteiras que venceram os processos licitatórios.

A necessidade da retomada do desenvolvimento como um todo, pode naturalmente gerar emprego e renda, como por exemplo nas quase 5 mil unidades habitacionais que se encontram com suas obras paralisadas por problemas das empreiteiras vencedoras dos processos eleitorais e falta de recursos que deveriam ser desembolsados pelo Governo Federal. É público e notório que a construção civil está entre os maiores geradores de emprego e de aquecimento da economia, tanto na indústria e no comércio.

Fora isto, está em curso, seja com o Governo Federal ou o Governo do Estado, ações para retomada das obras paralisadas ou para o lançamento de novas obras visando a redução drástica do déficit habitacional, estimado em mais de 15 mil moradias em Várzea Grande, lembrando que por sermos vizinhos da Capital, Cuiabá, temos uma parcela considerável da população ou que mora em Várzea Grande e trabalha em Cuiabá ou vice-versa, condição que torna muito instável o déficit habitacional e de outras políticas públicas.

Várzea Grande também investiu nos anos de 2021 e 2022 de forma enfática na pavimentação de ruas e avenidas, sem esquecer da constante necessidade de recapeamento do pavimento de ruas e avenidas já desgastado pelo tempo e uso.

Até o final de 2024, a expectativa é de atingir entre 200 e 250 quilômetros de novas ruas e avenidas pavimentadas, bem como outros 150 até 200 quilômetros de recapeamento. Parte das obras tem sido executada com recursos de empréstimos, mas também de convênios com o Governo do Estado e com o Governo Federal através de emendas parlamentares.

As emendas parlamentares são um exemplo da boa relação da atual Administração Municipal tanto dos 24 deputados estaduais, 8 deputados federais e os três senadores.

É importante frisar que pavimentação asfáltica valoriza a cidade e seus imóveis e é garantia de qualidade de vida, já que a saúde pode ser afetada pela poeira somada ao calor intenso de Mato Grosso.



No setor educacional, Várzea Grande consolida um processo iniciado em 2015 de reformar, requalificar, redimensionar todas as unidades escolares, sejam elas Escolas Municipais de Educação Básica (EMEBs) ou de Centros Municipais de Educação Infantil (CMEIs) as antigas creches.

Várzea Grande saiu de um universo de 25 mil alunos na Rede Pública Municipal para 30 mil e trabalha para chegar a 35 mil até o final de 2024, sendo que para isto, investimentos foram feitos nas unidades, nos profissionais da Educação e no ensino ministrado, para mudar o cenário negativo do setor educacional em Mato Grosso e no Brasil.

Não basta apenas abrir novas vagas no ensino, pois as novas escolas vêm com qualidade como ar-condicionado, espaços de lazer, brinquedotecas, quadras poliesportivas entre outras ações que permitem melhorar a qualidade do ensino como um todo.

Prioridade um desde o início da atual gestão que começou em meio a pandemia da COVID 19 que ainda se encontra em nós, a Saúde Pública Municipal foi o setor que mais recebeu recursos diretamente e indiretamente, pois quando se investe em abastecimento de água ou esgoto sanitário está se investindo em Saúde.

Para enfrentar a COVID 19, novos leitos de UTI foram montados, bem como leitos semi-intensivos de retaguarda. As três unidades de Saúde de urgência e emergência, o Hospital Pronto Socorro e as UPAs IPASE e Grande Cristo Rei tiveram suas estruturas redimensionadas para atender um fluxo maior de pessoas que cresceram por causa da pandemia e do nome de testes e de internações.

Para redimensionar o Hospital Pronto Socorro Municipal, foi agregada a Rede Pública Municipal, o Hospital São Lucas que foi transformado em Maternidade Infantil Dr. Francisco Lustosa de Figueiredo em maio de 2021. Até o final deste ano de 2022 já serão mais de três mil nascimentos nesta nova unidade e com inovações, pois em parceria com o Tribunal de Justiça de Mato Grosso através do Fórum de Várzea Grande e de Cartórios de Registro, uma unidade foi montada dentro da Maternidade Municipal para que todos os nascidos já deixem a unidade devidamente registrados e com CPF, assegurando assim o direito à cidadania de todas as pessoas.

Essa nova maternidade, permitiu então, o redimensionamento do Hospital e Pronto Socorro que acabou com as filas e internações nos corredores, deu nova dinâmica aos atendimentos e principalmente os resultados no tratamento e na cura dos pacientes, pois a unidade passou a receber apenas os casos de urgência e emergência e as intervenções cirúrgicas.

O Hospital Pronto Socorro Municipal criou ainda a Ala Vermelha que são leitos de retaguarda para dar celeridade nos atendimentos de pacientes que necessitam de vagas em UTI, promovendo a estabilização do quadro clínico para então havendo melhora encaminhar o mesmo para enfermarias ou para alta médica e diante da manutenção de risco de vida encaminhar o mesmo a Unidade de Tratamento Intensivo.

Também está em curso a contratação de empresa especializada para a nova UTI do Hospital Pronto Socorro e obras complementares para garantir qualidade no atendimento e principalmente



resultados no tratamento das pessoas, inclusive com a implantação de novas alas e novos leitos naquela que é a mais antiga unidade de saúde de Várzea Grande.

Duas novas UBS já se encontram licitadas e prontas para iniciarem suas obras, fora outra quatro que estão sendo planejadas para serem construídas até 2024 e que permitirão que até 70% da população de Várzea Grande tenha atendimento na Rede Básica de Saúde, ou seja, reforço das unidades próximo as moradias da população para solução de até 90% dos diagnósticos e tratamento, deixando o Hospital e Pronto Socorro, as UPAs IPASE e Grande Cristo Rei e o Centro em Especialidades em Saúde (CES) mais conhecido como Postão, fiquem destinados aos casos médicos que requerem atendimento mais especializado.

Outra área que vem recebendo atenção especial por parte da atual gestão é a Promoção Social que ganhou nova atuação como as parcerias para formação profissional e encaminhamento curricular para diversas empresas parceiras da Administração Municipal que analisam as indicações e dentro das possibilidades abrem as vagas de emprego, tornando parte considerável da população economicamente ativa, saindo da informalidade.

Os programas sociais também foram redimensionados e ampliados atendendo mais pessoas com profissionalização na busca de geração de emprego e renda familiar, terapias ocupacionais, atendimento médico e psicológico.

Programas como Mulheres Empreendedoras ganharam destaque e resultados quanto a capacitação delas para obterem formação profissional, melhorarem sua renda sem deixar de cumprir seus afazeres em casa e transformaram muitas delas em novos negócios.

Mas o destaque ficou para duas entidades da Promoção Social. O Caderno 2 e o Centro de Convivência Vovô Zeid.

O Caderno 2 abre perspectivas para os alunos que se destacam no aprendizado e tem outras aptidões a serem exploradas como informática, robótica, música, teatro, dança, artes plásticas entre outros.

A intenção é descobrir nos jovens as aptidões para determinadas atividades com destaque e que indiretamente incidem nas atividades escolares e ampliar o conhecimento dos mesmos para que possam definir suas opções futuras de profissionalização

Também é preciso não deixar de lado a questão do abastecimento de água, porque em 2015, Várzea Grande conseguiu manter quase R\$ 500 milhões em investimentos do PAC – Programa de Aceleração do Crescimento, do Governo Federal para investimento em água, esgoto, habitação e pavimentação asfáltica.

Este é o problema que mais afeta a relação da população com o Poder Público Municipal, ao ponto de percebermos que muitas das críticas pela falta de água são decorrentes muito mais de achismos do que propriamente da falta do precioso líquido, pois nem 50% daqueles que estão na base de dados do Departamento de Água e Esgoto (DAE/VG), tem o consumo mensurado e se tem o



Hidrômetro, já está fora das especificações técnicas e exigências dos organismos de fiscalização e controle.

Estima-se a necessidade em mais de 65 mil hidrômetros, fora aqueles que devem ser trocados ou passarem por fiscalização.

Várzea Grande investiu cerca de R\$ 200 milhões e recursos próprios ou de convênios em obras de abastecimento de água e esgoto.

Também na mesma seara, toda obra de pavimentação asfáltica nova tem vindo acompanhada de nova rede ou de substituição das redes de distribuição.

No final de 2021, foi entregue as obras da nova Estação de Tratamento de Água (ETA) Grande Cristo Rei que tem capacidade de 320 litros por segundo ou 27,6 milhões de litros de água por dia.

Essa obra foi realizada com recursos próprios do Tesouro Municipal.

Também está sendo construída, com mais de 50% de sua obra já concluída e que deve ficar pronta no primeiro semestre de 2023, a ETA Barra do Pari/Chapéu do Sol, feita em parceria com o Governo do Estado e que terá capacidade de 250 litros por segundo ou 21,6 milhões de litros por dia.

Ainda teremos uma outra nova estação a ETA Imigrantes de 125 litros por segundo ou 10,8 milhões de litros por dia.

Somente de captação, tratamento e distribuição de água, a atual gestão, ampliou ou está ampliando sua capacidade em 70 milhões de litros de água por dia.

Este total somado, ao atual sistema que produz uma média 400 litros por segundo ou 34,5 milhões de litros por dia, já que está sendo todo recuperado, reformado e com novos equipamentos, permitirá até o final de 2024 que cada cidadão de Várzea Grande tenha disponível entre 200 até 250 litros per capita, ou seja, por habitante, quando a Organização Mundial de Saúde (OMS), entidade da ONU estabelece para países de clima tropical úmido como o nosso do Brasil uma necessidade por pessoa de até 120 litros dia.

PROBLEMA ESPECÍFICO DE COMUNICAÇÃO

O grande desafio de comunicação da Prefeitura de Várzea Grande é demonstrar, de maneira clara e objetiva uma campanha potencializando o crescimento econômico e o desenvolvimento do município.

OBJETIVO DE COMUNICAÇÃO



Criar uma campanha publicitária para o aniversário de 156 anos do município e que, ao mesmo tempo faça um balanço das principais ações da Prefeitura, uma prestação de contas para a população. Temos muito a comemorar e a celebração do aniversário serve também para mostrar os avanços da gestão, que impactam de forma positiva na vida dos várzea-grandenses.

PÚBLICO ALVO

- Público Primário: toda a população de Várzea Grande e baixada Cuiabana
- Público Secundário: formadores de opinião e investidores

A CAMPANHA PUBLICITÁRIA

Com base nas informações deste briefing, a licitante deverá apresentar uma campanha publicitária com verba estimada em R\$ 350.000,00, com duração de 30 dias.

Devem ser corporificadas 10 (dez) peças, sendo 6 (seis) delas de cunho obrigatório e 4 (quatro) definidas a critério da licitante.

Peças obrigatórias:

- 1 VT 30"
- 1 Spot 30"
- 1 Peça de mídia impressa
- 1 Outdoor
- 1 Peça para rede social
- 1 Não mídia

Caso a licitante julgue necessário propor mais peças além das 10 (dez) corporificadas, deve apresentá-las em um bloco separado apenas com a descrição textual das mesmas.

Para informações sobre a Prefeitura Municipal de Várzea Grande, acesse o site:
www.varzeagrande.mt.gov.br



ANEXO IV – MODELO DE PROPOSTA DE PREÇOS

À

Comissão Especial de Licitação

Referente Concorrência nº XXXX/2023 – Prefeitura Municipal de Várzea Grande

1. Preços sujeitos a valoração

1.1. Declaramos que, na vigência do contrato, adotaremos os seguintes preços para os serviços descritos:

- a) Honorários de% (.....) 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;
- 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);
- c) 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 de Várzea Grande correspondente a chamada "parte líquida", correspondente a 80% do valor da mídia e a agência emitirá sua nota fiscal correspondente a% (..... por cento), já deduzido o repasse de% (..... Por cento) sobre o valor da mídia negociada, contra a Prefeitura de Várzea Grande, na forma das Normas Padrão da Atividade Publicitária e de seu Anexo B.

1.2. Os preços propostos são de nossa exclusiva responsabilidade e não nos assistirá o direito de pleitear, na vigência do contrato, nenhuma alteração, sob a alegação de erro, omissão ou qualquer outro pretexto.

1.3. O prazo de validade desta Proposta de Preços é de (por extenso) dias corridos, contados de sua apresentação.

2. Outras declarações

2.1. Estamos cientes e de acordo com as disposições alusivas a direitos patrimoniais de autor e conexos.



- 2.2.** Estamos cientes de que o contratante procederá à retenção de tributos e contribuições nas situações previstas em lei.
- 2.3.** Comprometemo-nos a 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, transferindo ao contratante todas as vantagens obtidas, nos termos do disposto no parágrafo único do art. 15 da Lei nº 12.232/2010.
- 2.4.** Garantimos o pagamento integral dos valores devidos aos fornecedores de bens e de serviços especializados e aos veículos de divulgação, após a liquidação das despesas e o pagamento a cargo do contratante.
- 2.5.** Esta Proposta de Preços está em conformidade com o Edital da concorrência em referência.

Local e data

Razão social da licitante,

Nome, cargo e assinatura dos do representante legal

**ANEXO V – MINUTA DO CONTRATO**

CONTRATO N. -----

O **MUNICÍPIO DE VÁRZEA GRANDE, ESTADO DE MATO GROSSO** vem, por intermédio da **PREFEITURA MUNICIPAL**, pessoa jurídica de direito público interno, inscrita no CNPJ sob o nº **03.507.548/0001-10**, com sede no Paço Municipal "Couto Magalhães" - Várzea Grande/MT, através da **SECRETARIA MUNICIPAL DE COMUNICAÇÃO SOCIAL**, neste ato representado por seu Secretário, o Senhor **PEDRO MARCOS CAMPOS LEMOS**, brasileiro, portador da Cédula de Identidade RG nº. 3083052 SSP/PR e inscrito no CPF sob o nº. 266.191.991-00, doravante, denominada **CONTRATANTE**, e de outro lado, a Empresa -----, inscrita no CNPJ n.-----, localizada a ----, neste ato representado por seu sócio Procurador, o Senhor -----, portador da Cédula de Identidade RG n. ----- e inscrito no CPF n. -----, doravante denominada **CONTRATADA**, em vista o constante e decidido no Processo arquivado na Superintendência de Licitação, resolvem celebrar o **CONTRATO N. -----**, decorrente da **CONCORRÊNCIA PÚBLICA N. --**, conforme descrito no Edital e seus Anexos, nas condições seguintes:

CLÁUSULA PRIMEIRA – DA FUNDAMENTAÇÃO LEGAL

1.1. Este Instrumento Contratual se encontra vinculado aos termos e condições da Leis nacionais nº 12.232/2010, nº 4.680/65 e subsidiariamente, Leis nº 8.666/93, Lei Complementar nº 123/06, Lei Municipal nº 3.515/2010 e demais legislações complementares (Decreto nº 7892/2013 e Decreto Municipal nº 09/2010), ao Edital e anexos do Processo Licitatório da Modalidade Concorrência Pública nº ----, bem como na proposta da contratada, no Processo Administrativo nº -----, no **Termo de Referência n. 001/2023 da Secretaria de Comunicação Social.**

1.2. Aplicam-se aos casos omissos, as noções gerais de direito público, os princípios da teoria geral dos contratos, as disposições de direito privado e as estabelecidas neste Termo, bem como nos demais documentos acostados no **PROCESSO GESPRO Nº. -----**.

CLÁUSULA SEGUNDA - DO OBJETO**2.1. DO OBJETO**

2.1.1. Este Termo Contratual tem por objeto a Contratação de agências de propaganda para a prestação de serviços de publicidade para a Prefeitura Municipal de Várzea Grande sem segregação em



lotes, itens ou contas publicitárias, cujas atividades têm por objetivo: estudo, planejamento, conceituação, concepção, criação, intermediação, supervisão, execução de estratégias, e ações de publicidade e atividades complementares, com a finalidade de dar publicidade e divulgar as políticas públicas, divulgar as ações de governo do Poder Executivo Municipal da Administração Pública Direta e Indireta, para informar o público em geral.

2.2. DA DESCRIÇÃO DO OBJETO

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:

d) 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 ou extensão para veiculação em mídia específica (como no caso para exibição em cinemas), entre outros;

e) ao planejamento e execução de pesquisas e outros instrumentos de avaliação e geração de conhecimento sobre a sociedade, o público-alvo, os hábitos de comunicação e comportamento, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias, sobre os resultados das campanhas realizadas e das campanhas em desenvolvimento, relacionados à publicidade da Prefeitura Municipal de Várzea Grande e seus órgãos, 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.

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

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



- e) Gerar conhecimento sobre o mercado ou ambiente de atuação da Prefeitura Municipal de Várzea Grande, o público-alvo e os veículos de divulgação nos quais serão difundidas as campanhas ou peças;
- f) Aferir a eficácia do desenvolvimento estratégico, da criação e da divulgação de mensagens;
- g) Possibilitar a avaliação dos resultados das campanhas ou peças, vedada a inclusão de matéria estranha ou sem pertinência temática com a ação publicitária.
- h) O planejamento visa 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.

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

2.2.7. Também não se abrange neste objeto as atividades de relações públicas, assessorias de comunicação e de imprensa e patrocínio ou promoção que tenham por finalidade a realização de eventos festivos. Não se incluem no conceito de patrocínio supracitado os projetos de patrocínio 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 TERCEIRA – DO PREÇO E DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA

3.1. DO VALOR GLOBAL

3.1.1. Este instrumento tem o valor global estimado de **R\$ -----**

3.1.2. A Prefeitura Municipal de Várzea Grande se reserva o direito de, a seu critério, utilizar ou não a totalidade dos recursos previstos

3.1.3. Estão inclusas no valor acima todas as despesas necessárias, tais como: mão-de-obra, tributos, emolumentos, despesas indiretas, encargos fiscais, trabalhistas previdenciários e comerciais e, ainda os gastos com carregamento.

3.1.4. Como condição para pagamento, a CONTRATADA deverá apresentar a Certidão Negativa de Débitos com a Previdência Social, FGTS e CNDT; Prova de Regularidade para com a Fazenda Federal, Estadual e Municipal do domicílio ou sede da Contratada, observando que no caso do Estado de Mato Grosso, deverá ser específica para participação em licitações públicas, bem como as Certidões de Dívida Ativa e Débitos Gerais junto ao Município de Várzea Grande/MT, através de Certidões expedidas pelos órgãos competentes, que estejam dentro do prazo de validade expresso na própria certidão.

3.2. A DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA



3.2.1. Os recursos financeiros necessários para a execução deste Contrato são oriundos da seguinte classificação orçamentária:

CLÁUSULA QUARTA – DA VIGÊNCIA DO CONTRATO

4.1. O contrato terá vigência de 12 (doze) meses, contando a data de sua assinatura, podendo ser prorrogado, na forma do Artigo 57 da Lei 8.666/1993 e alterações subsequentes, com limite de 60 (sessenta) meses.

CLÁUSULA QUINTA – DAS OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA

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

5.2. Os serviços a serem realizados devem ser submetidos à aprovação da Secretaria de Comunicação do Município, responsável pela determinação de sua produção e veiculação.

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

5.4. Preencher ao longo da execução do contrato os requisitos de qualificação indicados no **ANEXO I deste Termo de Referência**.

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

5.6. Manter sigilo quanto às informações que necessitem.

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

5.8. Centralizar o comando da publicidade da Prefeitura Municipal de Várzea Grande (sede, filial, sucursal ou escritório) em Várzea Grande ou Cuiabá, com estrutura de atendimento representada, no mínimo, pelos seguintes profissionais: 1 (um) na área de atendimento; 1 (um) na área de planejamento e pesquisa; 4 (quatro) na área de criação; 1 (um) na área de produção impressa, eletrônica e RTV, 2 (dois) na área de mídia.

5.9. Executar todos os serviços relacionados com o objeto deste Termo de Referência, de acordo com os prazos e demais especificações estipuladas pela Secretaria de Comunicação da Prefeitura Municipal de Várzea Grande.

5.10. Contratar, administrar, executar e fiscalizar os contratos firmados com fornecedores de serviços especializados e veículos de divulgação, sempre após autorização expressa do contratante,



respondendo pelos efeitos desses acordos, incluindo os dados e os prejuízos, diretos e indiretos, decorrentes de sua culpa.

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

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

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

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

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

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

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

5.18. Encaminhar, após a aprovação do serviço pelo contratante e sem ônus a esse, as cópias digitais de peças produzidas, desde que não seja para uso em veiculação de mídia paga.

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

5.20. 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 Várzea Grande, preferencialmente por meio de depósito ou transferência bancária identificada.

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

5.22. Entregar ao contratante, em meio eletrônico, até o dia 10 de cada mês, um relatório total (mês a mês) de despesas com fornecedores de serviços especializados e veículos de divulgação, com o



respectivo acompanhamento de seus pagamentos, conforme modelo definido pelo contratante, devendo conter, pelo menos, as seguintes informações: data de pagamento do contratante; data de pagamento da contratada; número da nota fiscal, valor pago e nome do favorecido.

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

5.24. 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.

5.25. 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.

5.26. 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.

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

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

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

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

5.31. 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.

5.32. Permitir que a auditoria interna da Prefeitura Municipal de Várzea Grande ou auditoria externa por essa indicada tenham acesso a todos os documentos relacionados à execução do contrato.

5.33. 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.

5.34. 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.



5.35. 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.

5.36. 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 Auto-regulamentação Publicitária), sejam impedidas de veicular ou, uma vez veiculando, sejam retiradas do ar.

5.37. 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.

CLÁUSULA SEXTA – DAS OBRIGAÇÕES DA CONTRATANTE

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

6.11. Instituir processo de seleção interna entre as contratadas, cuja metodologia será posteriormente elaborada, aprovada e publicada na imprensa oficial.



- 6.12.** Aprovar por meio de ordens formais a produção e veiculação de materiais publicitários.
- 6.13.** O contratante fiscalizará a execução dos serviços contratados e verificará o cumprimento das especificações técnicas, podendo rejeitá-los, no todo ou em parte, quando não corresponderem ao desejado ou especificado.
- 6.14.** Manter divulgadas em sítio próprio aberto na rede mundial de computadores as informações sobre a execução do contrato, com os nomes dos fornecedores de serviços especializados e veículos, garantindo o acesso livre às informações de quaisquer interessados.
- 6.15.** Nomear Gestores e Fiscais para executar a fiscalização do contrato e registrar em relatório todas as ocorrências, deficiências, irregularidades ou falhas que porventura serão observadas na execução dos serviços, objetivando a imediata correção.

CLÁUSULA SÉTIMA – DO PAGAMENTO

7.1. Os pagamentos serão realizados depois da conclusão dos serviços, por campanha, após a devida prestação de contas pela agência e atestado de conformidade realizado pela Secretaria de Comunicação da Prefeitura Municipal de Várzea Grande, responsável pela fiscalização dos serviços, devidamente acompanhada de Regularidade Fiscal e Trabalhista, descritos nos Decretos Estaduais nº 840/2017 e suas alterações, nº 8.199/2006 e nº 8.426/2006, obedecendo os prazos estabelecidos pelos órgãos competentes

7.2. O prazo para o pagamento é de até 30 (trinta) dias após o atesto.

7.3. Pelos serviços de criação e execução interna, a contratada receberá o valor correspondente indicado na "Tabela de Custos Internos" em vigor, que é editada pelo Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Mato Grosso e corresponde ao valor praticado pelo mercado, sendo que o desconto sobre tal tabela será item de avaliação no certame licitatório, contido na Proposta de Preços, conforme consta a seguir:

- 50% de desconto ou mais – 50 pontos;
- De 40% a 49% – 40 pontos;
- De 30% a 39% – 30 pontos;
- De 20% a 29% – 20 pontos;
- Abaixo de 20% – 10 pontos.

7.4. Pelos serviços prestados, a contratada será remunerada por honorários sobre os custos de produção e de execução técnica de peça ou material, assim como de planejamento e de execução de pesquisas e de 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 e sobre os resultados das campanhas realizadas ou a serem realizadas; também sobre os custos de criação e desenvolvimento de



formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias. Os honorários serão calculados sobre o preço faturado pelos fornecedores, sendo 15% o valor máximo praticado pelo mercado, de acordo com as Normas-Padrão da Atividade Publicitária regulamentadas pelo CENP – Conselho Executivo de Normas-Padrão. Esse também será item de avaliação na Proposta de Preços do processo licitatório, conforme descrito abaixo:

- Até 10% sobre o valor faturado pelo fornecedor – 50 pontos;
- De 11% sobre o valor faturado pelo fornecedor – 40 pontos;
- De 12% sobre o valor faturado pelo fornecedor – 30 pontos;
- De 13% sobre o valor faturado pelo fornecedor – 20 pontos;
- Acima de 14% sobre o valor faturado pelo fornecedor – 10 pontos.

7.5. Os honorários descritos anteriormente serão calculados sobre o preço efetivamente faturado, a ele não acrescido o valor dos tributos cujo recolhimento seja de competência da contratada.

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

7.7. A contratada fará jus ao desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, em conformidade com o Artigo 11 da Lei nº 4.680/1965 e do Decreto nº 57.690/1966. O desconto será concedido à contratada pela concepção, execução e/ou distribuição de publicidade, por ordem e conta do contratante, nos termos do Artigo 19 da Lei nº 12.232/2010.

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

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

7.10. O faturamento dos serviços de produção externa e veiculação deverá ser feito pelos prestadores de serviços em nome da Prefeitura Municipal de Várzea Grande, aos cuidados da contratada, através da qual os pagamentos serão efetuados.

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



7.12. As despesas com deslocamento de profissionais da contratada, de seus representantes ou de fornecedores por ela contratados, na cidade de Várzea Grande, serão de responsabilidade da contratada.

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

7.14. Para liquidação e pagamento das despesas referente aos serviços previamente autorizados pelo contratante, as contratadas deverão apresentar:

a) A correspondente Nota Fiscal, sem rasura e em letra legível, em nome da Prefeitura Municipal de Várzea Grande, CNPJ nº 03.507.548/0001-10, contendo o número do contrato, além das seguintes informações da contratada: nome, CNPJ e dados bancários;

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

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

7.15. Os documentos de cobrança e comprovação da execução e entrega dos serviços para a liquidação e pagamento de despesas deverão ser encaminhados para a Secretaria de Comunicação da Prefeitura Municipal de Várzea Grande e, caso se constate algum erro ou irregularidade na documentação, poderão ser devolvidos para as devidas correções ou aceitos com a glosa da parte considerada indevida.

7.16. O contratante não pagará nenhum acréscimo pelo adiamento do pagamento em razão de pendência no cumprimento de quaisquer cláusulas constantes no contrato.

7.17. Antes da efetivação do pagamento, será verificada a comprovação de regularidade da contratada, dos veículos de divulgação referente a:

- a) Certificado de Regularidade de Situação do Fundo de Garantia do Tempo de Serviço – FGTS;
- b) Certidão Negativa de Débitos relativos aos Tributos Federais e Dívida Ativa da União;
- c) Certidões negativas de tributos estaduais e municipais, emitidas pelos respectivos órgãos;
- d) Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas – CNDT.



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

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

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

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

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

CLÁUSULA OITAVA – DO REALINHAMENTO DE PREÇOS E DO REAJUSTE

8.4. Os preços dos serviços objeto desta licitação são fixos e irremovíveis, pelo prazo de 01 (um) ano, contados a partir da data de assinatura do contrato.

8.4.1. Para a aplicação do reajuste dos preços o Índice Inicial será o mês da elaboração do orçamento referencial.

8.4.2. No reajuste dos preços aplicar-se-á o índice de correção monetária INPC-FGV.

8.4.3. Na hipótese de ocorrência de revisão de equilíbrio econômico-financeiro do contrato, a variação do índice anual a ser aplicada será relativa apenas aos insumos que não tenham sido objeto de revisão contratual.

CLÁUSULA NONA - DA GARANTIA CONTRATUAL

9.1. As contratadas prestarão individualmente garantia, em favor da contratante, no valor de R\$ xxxxxx,00 (xxxxxx mil reais), o que corresponde a 1% (um por cento) do valor do contrato, de acordo com o Artigo 56da Lei nº 8.666/1993, 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.

9.2. A modalidade seguro-garantia somente será aceita se contemplar todos os eventos indicados no item anterior, mencionados no art. 19, XIX, b da IN SLTI/MPOG 02/2008, observada a legislação que rege a matéria.

9.3. A Contratante executará a garantia na forma prevista na legislação que rege a matéria.

9.4. Se a opção de garantia recair em caução em dinheiro, seu valor será depositado junto ao Banco do Brasil, agência 2764-2, conta corrente nº 15485-7, com correção monetária, devendo o comprovante de



depósito ser apresentado imediatamente, em original ou cópia autenticada, na Superintendência de Contratos, no Departamento Administrativo Financeiro, para lançamento contábil na Secretaria Municipal de Gestão Fazendária.

9.5. Se a opção de garantia se fizer em seguro-garantia ou fiança bancária, esta deverá conter expressamente a cláusula de prazo de validade igual ou superior ao prazo de execução do contrato, a cláusula de atualização financeira, bem como as cláusulas de imprescritibilidade, de inalienabilidade e de irrevogabilidade.

9.6. A fiança bancária deverá ser emitida por estabelecimento sediado ou legalmente representado no Brasil, para ser cumprida e exequível na cidade de Várzea Grande/MT, devendo ter prazo superior ao futuro contrato em pelo menos 30 (trinta) dias.

9.7. Caso a garantia seja ofertada em títulos da dívida pública, estes devem ter sido emitidos sob a forma escritural, mediante registro em sistema centralizado de liquidação e de custódia autorizado pelo Banco Central do Brasil e avaliados pelos seus valores econômicos, conforme definido pelo Ministério da Fazenda, não sendo aceitos aqueles emitidos na primeira metade do Século XX;

9.8. No caso de alteração do valor do contrato, ou prorrogação de sua vigência, a garantia deverá ser ajustada à nova situação ou renovada, seguindo os mesmos parâmetros utilizados quando da contratação.

9.9. A garantia responderá pelo inadimplemento das condições contratuais, pelos danos ou prejuízos causados à Contratante e pelas eventuais multas ou penalidades aplicadas, podendo ainda reter créditos decorrentes do contrato, sem prejuízo das demais cominações legais e contratuais.

9.10. Se o valor da garantia for utilizado total ou parcialmente em pagamento de qualquer obrigação, a Contratada obriga-se a fazer a respectiva reposição no prazo máximo de 10 (dez) dias úteis, contados da data em que for notificada.

9.11. No caso de rescisão do Contrato determinado por ato unilateral e escrito da Contratante, nos casos enumerados nos incisos I a XII e XVII do art. 78 da Lei n.8666/93 (incisos XII e XVII havendo culpa da Contratada), a garantia será executada para ressarcimento da Contratante e dos valores das multas e indenizações a ela porventura devidos, conforme inciso III do Art. 80 da Lei n.8666/93.

9.12. Quando a rescisão ocorrer pelos motivos relacionados nos incisos XII a XVII do art. 78 da Lei n. 8.666/93, sem que haja culpa da Contratada, será esta ressarcida dos prejuízos regularmente comprovados que houver sofrido, tendo ainda o direito à devolução da garantia e pagamentos devidos pela execução do contrato até a data da rescisão; (conforme § 2º do art. 79 da Lei n. 8.666/93).

9.13. A garantia prestada pela Contratada ou seu saldo, se houver, será liberada ou restituída após a execução do contrato, conforme disposto no §4º do art. 56 c/c §3º do art. 40 da Lei 8.666/93, devendo o representante da empresa Contratada entregar requerimento, dirigido ao Prefeito (a) Municipal.

9.14. A qualquer momento a garantia prestada poderá ser substituída, mediante requerimento do



interessado, respeitadas as modalidades antes previstas. Neste caso, o valor da Garantia será calculado sobre o valor do Contrato ajustado à época da solicitação.

9.15. A inobservância do prazo fixado para apresentação da garantia acarretará a aplicação de multa de 0,07% (sete centésimos por cento) do valor do contrato por dia de atraso, até o máximo de 2% (dois por cento).

9.16. O atraso superior a 25 (vinte e cinco) dias autoriza a Administração a promover a rescisão do contrato por descumprimento ou cumprimento irregular de suas cláusulas, conforme dispõem os incisos I e II do art. 78 da Lei nº 8.666, de 1993.

9.17. A validade da garantia, qualquer que seja a modalidade escolhida, deverá abranger um período de mais 3 (três) meses após o término da vigência contratual.

9.18. A garantia assegurará, qualquer que seja a modalidade escolhida, o pagamento de:

- a)** prejuízos advindos do não cumprimento do objeto do contrato;
- b)** prejuízos diretos causados à Administração decorrentes de culpa ou dolo durante a execução do contrato;
- c)** multas moratórias e punitivas aplicadas pela Administração à contratada; e
- d)** obrigações trabalhistas e previdenciárias de qualquer natureza, não adimplidas pela contratada, quando couber.

9.19. Será considerada extinta a garantia:

- a)** com a devolução da apólice, carta fiança ou autorização para o levantamento de importâncias depositadas em dinheiro a título de garantia, acompanhada de declaração da Contratante, mediante termo circunstanciado, de que a Contratada cumpriu todas as cláusulas do contrato;
- b)** no prazo de 03 (três) meses após o término da vigência, caso a Contratante não comunique a ocorrência de sinistros;

CLÁUSULA DÉCIMA - DA FORMA DE EXECUÇÃO DO OBJETO

10.1. Os referidos serviços deverão ser executados de acordo com as especificações apresentadas na proposta da CONTRATADA, Termo de Referência, Planos de Trabalho e demais anexos que fizeram parte do processo licitatório, fazendo parte integrante deste instrumento independente de transcrição.

CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA - DO REGIME DE EXECUÇÃO

11.1. O presente contrato originou-se de licitação na modalidade **TIPO TÉCNICA E PREÇO**, sob o regime de execução indireta de **EMPREITADA POR PREÇO GLOBAL**, Leis nacionais n. S 12.232/2010 e 4680/65 e



subsidiariamente Leis n. 8.666/93, Lei Complementar n. 123/06, Lei Municipal n.3.515/2010 e demais legislações complementares (Decreto n. 3931/01 e Decreto Municipal n.09/2010)

CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA – DA FISCALIZAÇÃO DO CONTRATO

12.1. Autoridade competente designará a equipe de fiscalização por meio de Portaria, que será publicada na Imprensa Oficial, conforme prevê o Artigo 67, caput, da Lei nº 8.666/1993.

CLÁUSULA DÉCIMA TERCEIRA – DA ALTERAÇÃO DO CONTRATO

13.1. O contrato poderá ser alterado somente em um dos casos previstos no art. 65 da Lei 8.666/93 e suas alterações, com as devidas justificativas e mediante interesse da **CONTRATANTE**.

CLÁUSULA DÉCIMA QUARTA – RESCISÃO CONTRATUAL

14.1. Este Contrato poderá ser rescindido, unilateralmente, pelo Município ou bilateralmente, em atendimento à conveniência administrativa, conforme os casos previstos nos **Artigos 77, 78 e 79 da Lei nº. 8.666/93 e suas respectivas atualizações, podendo ser:**

a) amigável - por acordo entre as partes, reduzida a termo no processo de licitação, desde que, haja conveniência para a **CONTRATANTE**;

b) administrativa - por ato unilateral e escrito da Administração, nos casos enumerados nos **Incisos I a XII e XVII do Art. 78 da Lei nº. 8.666/93**;

c) judicial - nos termos da Legislação Processual.

14.2. A inexecução total ou parcial do contrato enseja sua rescisão pela **Contratante**, com as consequências previstas abaixo.

Parágrafo Primeiro – A rescisão contratual poderá ser:

A) CONSTITUEM motivos para rescisão do contrato os previstos no art. 78 da Lei nº 8.666/93;

B). Em caso de rescisão prevista nos incisos XII a XVII do art. 78 da Lei nº 8.666/93, sem que haja culpa da **Contratada**, será esta ressarcida dos prejuízos regulamente comprovados, quando os houver sofrido;

c) A rescisão contratual de que trata o inciso I do art. 79 acarreta as consequências previstas no art. 80, incisos I a IV, da Lei nº 8.666/93.

14.3. A **CONTRATADA** reconhece, expressamente, os direitos da Administração Pública, em caso de inexecução total ou parcial, com as consequências contratuais e as previstas em lei ou regulamento, nos termos do art. 77 a 80 da Lei nº 8.666/93;



14.4. A critério da PMVG caberá rescisão contratual independentemente de interpelação judicial ou extrajudicial, quando a firma Contratada:

- a) não cumprir quaisquer das obrigações contratuais;
- b) paralisar os serviços, sem justa causa e prévia comunicação à Administração;
- c) outros casos previstos na Lei nº 8.666, de 21 de junho de 1993.

14.5. No caso de rescisão unilateral, por inadimplência da firma Contratada, à mesma caberá receber o valor dos serviços no limite do que fora.

14.6. No caso de rescisão bilateral, à firma Contratada caberá o valor dos serviços executados e a devolução dos valores caucionados.

14.7. Em qualquer das hipóteses suscitadas, a Contratante não reembolsará ou pagará a firma Contratada qualquer indenização ou outros direitos a seus empregados por força da Legislação Trabalhista e da Previdência Social.

CLÁUSULA DÉCIMA QUINTA – DAS PENALIDADES E SANÇÕES

15.1. O descumprimento das obrigações assumidas pela contratada, sem justificativa aceita pela contratante, resguardados os preceitos legais pertinentes, poderá acarretar as seguintes sanções administrativas:

I – Advertência;

II – Suspensão temporária de participação da seleção interna;

III – Multa de mora e multa compensatória;

IV – Suspensão temporária de participação de licitação e impedimento de contratar com a Administração Pública por até 02 (dois) anos;

V – Declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com a Administração Pública.

15.2. Nenhuma sanção será aplicada sem o devido processo administrativo, assegurado à contratada o contraditório e a ampla defesa.

15.3. As sanções aplicadas só poderão ser relevadas motivadamente e por conveniência administrativa, mediante ato devidamente justificado da autoridade competente.

15.4. A aplicação das sanções observará as seguintes disposições:

I - A advertência, a suspensão temporária de participação da seleção e as multas serão aplicadas pelo gestor deste contrato;

II - 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;



III - a aplicação da declaração de inidoneidade será de responsabilidade da autoridade competente pela pasta.

15.5. A sanção de advertência poderá ser aplicada nos seguintes casos:

I - Descumprimento parcial das obrigações e responsabilidades assumidas contratualmente;

II - Outras ocorrências que possam acarretar transtornos ao desenvolvimento dos serviços, a juízo da contratante, desde que não caiba a aplicação de sanção mais grave.

15.6. No ato de advertência, a contratante 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.

15.7. A suspensão temporária de participação da seleção interna será aplicada quando, vencido o prazo estipulado na advertência, a contratada continuar inadimplente em relação ao fato que deu origem à sanção.

15.8. 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 contratante.

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

I - Por até 06 (seis) meses:

a) atraso no cumprimento das obrigações assumidas contratualmente, que tenha acarretado prejuízos financeiros para a contratante;

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 contratante;

c) cometimento de quaisquer outras irregularidades que acarretem prejuízo à contratante, ensejando a rescisão deste contrato por sua culpa;

d) condenação definitiva por fraude fiscal no recolhimento de quaisquer tributos e contribuições, praticada por meios dolosos;

e) apresentação, à contratante, de qualquer documento falso ou falsificado, no todo ou em parte, com o objetivo de participar da licitação que deu origem a este contrato, que venha ao conhecimento



da contratante após a assinatura deste contrato, ou para comprovar, durante sua execução, a manutenção das condições apresentadas na habilitação;

f) ocorrência de ato capitulado como crime pela Lei nº 8.666/1993, praticado durante o procedimento licitatório, que venha ao conhecimento da contratante 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 contratante.

15.10. 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 contratante, atuação com interesses escusos, reincidência em faltas que acarretem prejuízo à contratante ou aplicações anteriores de sucessivas outras sanções.

15.11. A declaração de inidoneidade será aplicada à contratada se, entre outros casos:

I - Sofrer condenação definitiva por fraude fiscal no recolhimento de quaisquer tributos, praticada por meios dolosos;

II - Demonstrar, a qualquer tempo, não possuir idoneidade para licitar ou contratar com a contratante, em virtude de atos ilícitos praticados;

III - reproduzir, divulgar ou utilizar, em benefício próprio ou de terceiros, quaisquer informações de que seus empregados tenham tido conhecimento em razão da execução deste contrato, sem consentimento prévio da contratante.

15.12. A declaração de inidoneidade implica proibição da contratada de transacionar com a Administração Pública, enquanto perdurarem os motivos determinantes da punição ou até que seja promovida a reabilitação, perante a autoridade que aplicou a penalidade, que será concedida sempre que a contratada ressarcir a contratante pelos prejuízos resultantes e depois de decorrido o prazo da sanção aplicada.

15.13. 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.

15.14. 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.

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

15.16. A aplicação das sanções previstas neste contrato não exclui a possibilidade de aplicação de outras, previstas na Lei nº 8.666/1993, incluída a responsabilização da contratada por eventuais perdas e danos causados à contratante.

15.17. 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 contratada.

15.18. O valor das multas deverá ser recolhido no prazo máximo de 30 (trinta) dias corridos, a contar da data do recebimento da comunicação enviada pela contratante.

CLÁUSULA DÉCIMA SEXTA – DA ANTICORRUPÇÃO

16.1. Para a execução deste contrato, nenhuma das partes poderá oferecer, dar ou se comprometer a dar a quem quer que seja, ou aceitar ou se comprometer a aceitar de quem quer que seja, tanto por conta própria quanto por intermédio de outrem, qualquer pagamento, doação, compensação, vantagens financeiras ou benefícios de qualquer espécie, seja de forma direta ou indireta quanto ao objeto deste contrato, ou de outra forma a ele não relacionada, o que deve ser observado, ainda, pelos prepostos e colaboradores.

CLÁUSULA DÉCIMA SÉTIMA - DOS ILÍCITOS PENAIIS

17.1 as infrações penais serão objeto de processo judicial na forma legalmente prevista sem prejuízo das demais cominações aplicáveis.

CLÁUSULA DÉCIMA OITAVA - DOS DIREITOS E PRERROGATIVAS DO MUNICÍPIO DE VÁRZEA GRANDE

18.1. Constituem direitos e prerrogativas do Município de Várzea Grande, além dos previstos em outras leis, os constantes dos artigos 49, 58, 59 e 77 a 80 da Lei nº.8.666 de 21.06.93, e suas alterações posteriores, e no que couber, nas Normas e Procedimentos Administrativos sobre Contratações dos Serviços de Consultoria, Vigentes No Município De Várzea Grande, que a Contratada aceita e a eles se submete.



CLÁUSULA DÉCIMA NONA – DOS ACRÉSCIMOS E SUPRESSÕES

19.1. A contratada obriga-se a aceitar os acréscimos ou supressões do objeto deste Termo de Referência que se fizerem necessários, até o limite facultado pela regra do Parágrafo 1º, Artigo 65 da Lei nº 8.666/93 e alterações posteriores, podendo a supressão exceder tal limite, desde que resultante de acordo entre os celebrantes, nos termos do Parágrafo 2º, Inciso II do mesmo artigo, conforme redação introduzida pela Lei nº 9.648/98.

CLÁUSULA VIGÉSIMA – DA PUBLICAÇÃO

20.1. O instrumento terá eficácia após publicação do extrato em Diário Oficial, em obediência ao disposto na Lei Federal n.º 8.666/93 e suas alterações posteriores.

CLÁUSULA VIGÉSIMA PRIMEIRA – DAS CONDIÇÕES GERAIS

21.1. As partes ficam, ainda, adstritas às seguintes disposições:

I. Todas as alterações que se fizerem necessárias serão registradas por intermédio de lavratura de termo aditivo do presente contrato.

II. É vedado caucionar ou utilizar o contrato para qualquer operação Financeira, sem prévia e expressa autorização da Prefeitura Municipal de Várzea Grande.

CLÁUSULA VIGÉSIMA SEGUNDA – DO FORO

22.1. As partes contratantes elegem o Foro da Comarca de Várzea Grande/MT como competente para dirimir quaisquer questões oriundas do presente contrato, inclusive os casos omissos, que não puderem ser resolvidos pela via administrativa, renunciando a qualquer outro, por mais privilegiado que seja.

E por estarem de acordo, as partes firmam o presente contrato, em 03 (três) vias de igual teor e forma para um só efeito legal, ficando uma via arquivada na sede da **CONTRATANTE**, na forma do art. 60 da Lei 8.666 de 21/06/93.

Várzea Grande/MT, -----

PEDRO MARCOS CAMPOS LEMOS



SECRETÁRIO MUNICIPAL DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

CONTRATANTE

CONTRATADA

TESTEMUNHAS

NOME:CPF:

NOME:CPF:

**ANEXO VI - DECLARAÇÃO DE IDONEIDADE E DE INEXISTÊNCIA DE FATO SUPERVENIENTE**

Declaramos para os fins de direito, na qualidade de Proponente do procedimento de licitação, na modalidade Concorrência Pública n. XXX/XXXX, da Prefeitura Municipal de Várzea Grande, não ter recebido desta ou de qualquer outra entidade da Administração em âmbito Federal, Estadual e Municipal, **SUSPENSÃO TEMPORÁRIA** de participação em licitação e/ou impedimento de contratar com a Administração, assim como não ter recebido declaração de **INIDONEIDADE** para licitar e/ou contratar com a Administração Federal, Estadual e Municipal, regido pela Lei n. 8.666/93 e alterações, bem como que até a presente data inexistem fatos impeditivos para nossa habilitação, e que estamos cientes da obrigatoriedade de declarar ocorrências posteriores, na forma do artigo 32, §2º da lei 8666/93

Por ser expressão da verdade, firmamos o presente.

_____, em __ de _____ de xxxx.

FIRMALICITANTE/CNPJ (MF)

ASSINATURADOREPRESENTANTELEGAL

(Nome, identidade, carimbo e assinatura do representante legal da empresa)



ANEXO VII - DECLARAÇÃO DE RESPONSABILIDADE

(MODELO)

Declaramos para os fins de direito, na qualidade de Proponente do procedimento de licitação, na modalidade Concorrência Pública XXX/XXXX, da Prefeitura Municipal de Várzea Grande - MT que:

- 1) Assumimos inteira responsabilidade pela autenticidade de todos os documentos apresentados à COMISSÃO ESPECIAL DE LICITAÇÃO, sujeitando-nos a eventuais averiguações que se façam necessárias;
- 2) Comprometemo-nos a manter, durante a execução do Contrato, em compatibilidade com as obrigações assumidas, todas as condições de habilitação e qualificação exigidas no Edital;
- 3) Obrigamo-nos a manter as condições de habilitação e qualificação durante o curso da execução do contrato;
- 4) Temos conhecimento e submetemo-nos ao disposto na Lei nº 8.078/90 - Código de Defesa do Consumidor, bem como ao Edital e Anexos da Concorrência Pública nº xxx/xxxx;
- 5) Em nossos quadros não existem empregados, servidores públicos exercendo funções de gerência, administração ou tomada de decisão;

_____, em __ de _____ xxxx.

FIRMALICITANTE/CNPJ (MF)

ASSINATURADOREPRESENTANTELEGAL

(Nome, identidade, carimbo e assinatura do representante legal da empresa)



**ANEXO VIII - DECLARAÇÃO DE QUE TODAS AS ATIVIDADES DA EMPRESA NÃO CONTRARIAM O DISPOSTO NO
ART. 7, XXXIII, DA CF/88**

(MODELO)

....., inscrito no CNPJ nº..... Por intermédio de seu representante legal o (a) ser (a) , portador (a) da Carteira de Identidade nº..... e do CPF nº....., DECLARA, para fins do disposto no inciso V do art. 27 da Lei nº 8.666, de 21 de junho de 1993, introduzido pela Lei nº 9.854, de 27 de outubro de 1999, que não emprega menor de dezoito anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre e menor de dezesseis anos, em qualquer trabalho, salvo na condição de aprendiz, a partir de quatorze anos, e que suas atividades não contraria o disposto no art. 7, XXXIII, da Constituição Federal.

() ressalva: emprega menor de dezesseis anos e maior de quatorze anos, na condição de aprendiz.

_____, em __ de _____ de xxxx.

FIRMALICITANTE/CNPJ (MF)

ASSINATURADOREPRESENTANTELEGAL

(Nome, identidade, carimbo e assinatura do representante legal da empresa)

(Observação: em caso afirmativo, assinalar a ressalva acima)

**ANEXO IX - CÁLCULO DOS QUOCIENTES DE ESTRUTURA DE CAPITAIS E DE LIQUIDEZ**_____
Empresa:

Capital Social	(Capital Social x Variação da IGP-DI/FGV)
Patrimônio Líquido	(Patrimônio Líquido x Variação da IGP-DI/FGV)
Liquidez Geral	
<u>Ativo Circulante + Realizável a Longo Prazo</u>	
Liquidez Corrente <u>Ativo Circulante</u> Passivo Circulante ≥ a 1,00 (maior ou igual a um vírgula)	

Obs.:

- Os dados do Balanço Patrimonial e demonstrações contábeis do último exercício social já exigíveis e apresentados na forma da lei, poderão ser atualizados por índices IGP/DI (Índice Geral dos Preços – Disponibilidade Interna – FGV), quando encerrados há mais de 3 (três) meses da data da apresentação da proposta.
- O critério de arredondamento na segunda casa decimal, deverá obedecer à norma NBR 5891/77 da ABNT.

_____, em __ de _____ de xxxx.

FIRMALICITANTE/CNPJ (MF)**ASSINATURADO REPRESENTANTE LEGAL**

(Nome, identidade, carimbo e assinatura do representante legal da empresa)

**ANEXO X - PLANILHA DE PREÇOS SUJEITOS A VALORAÇÃO**

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

- a) honorários, a serem cobrados do Município de Várzea Grande, incidentes sobre os custos comprovados de serviços realizados por fornecedores, referente produção e a execução técnica de peças, campanhas e materiais publicitários que envolvam criação da agência e cuja distribuição não nos proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação: ____% (por cento);
- b) honorários, a serem cobrados do Município de Várzea Grande, incidentes sobre os custos de serviços realizados por fornecedores, referentes a produção e a execução técnica de peças, campanhas e materiais publicitários quando a responsabilidade da agência limitar-se à contratação ou pagamento do serviço ou suprimento, bem como a realização de outros serviços realizados por fornecedores referentes a pesquisas de pré-teste e pós-teste — vinculadas a concepção e criação de campanhas e peças publicitárias — e a elaboração de marcas, de expressões de propaganda, de logotipos e de elementos de comunicação visual: ____% (_____ por cento);
- c) desconto a ser concedido ao Município de Várzea Grande, sobre os custos internos, baseado na tabela de preços do Sindicato das Agendas de Propaganda do Estado do Mato Grosso: ____% (por cento);
- d) não haver repasse para o Município de Várzea Grande, sobre o "desconto de agencia" pago pelos veículos de comunicação às Agências. Este valor obedece ao limite estabelecido no Anexo B das Normas-Padrão da Atividade Publicitária (CENP). A presente proposta tem validade de 60 (sessenta) dias contados da data de sua assinatura.

_____, em __ de _____ de xxxx.

FIRMALICITANTE/CNPJ (MF)

ASSINATURADOREPRESENTANTELEGAL

(Nome, identidade, carimbo e assinatura do representante legal da empresa)



ANEXO IX TABELA - SINAPRO/MT

**Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Mato Grosso**

Filiado à Federação Nacional das Agências de Propaganda - FENAPRO Registro/Mct. Nº
46000.009789/97 - Código de Entidade Sindical/Mtb nº 000.197.90027-5 -

CNPJ/MF nº 02.527.043/0001-55

Rua Barão de Melgaço 3.988, sala 107, Ed. Leblon - Centro -

Fone/fax (65) 3624-8154 - E-mail sinapromt@brturbo.com

TABELA DE CUSTOS REFERENCIAIS PARA SERVIÇOS DE PUBLICIDADE

(Em vigor a partir de 01.01.2003) TABELA EM R\$

Planejamentos			
			Total
Planejamento de ações promocionais			3.870,00
Planejamento de comunicação			6.880,00
Planejamento de evento			5.504,00
Planejamento de Marketing			10.320,00
Planejamento de mídia			2.476,00
Materiais Institucionais			
Peça	Criação	Finalização	Total
Cartaz Institucional	1.186,00	791,00	1.977,00
Identificação corporativa externa	2.889,00	1.238,00	4.127,00
Frota (até 3 veículos diferentes)	1.444,00	619,00	2.063,00
Logomarca institucional	3.852,00	1.651,00	5.503,00



Logotipo institucional	3.889,00	1.238,00	4.128,00
Manual de identificação visual	1.733,00	743,00	2.477,00
Newsletter/House Organs (p/página)	301,00	129,00	430,00
Nome	1.926,00	825,00	2.751,00
Papelaria (incluindo cartão de visita, envelope ofício saco, papel ofício, pasta e bloco de anotações)	1.152,00	495,00	1.647,20
Papel embrulho/presente	674,00	288,00	962,00
Portifólio (por página)	412,00	275,00	687,00
Reformulação de logomarca/logotipo	1.926,00	825,00	2.751,00
Relatório de diretoria (por página)	337,00	144,00	481,00
Slogan	770,00	330,00	1.100,00
Totem	770,00	330,00	1.100,00
Mídia Eletrônica			
			Total
Spot até 60"			784,00
Jingle até 60"			1.648,00
Filme/VT até 30"			2.084,00
Filme/VT até 60"			3.100,00
Filme/VT Ofertas			710,00

Áudio visual / Documentário			
			Total
Por minuto			1.390,00
Assinatura/Vinheta Eletrônica			2.180,00
Story board (por quadro)			178,00
Texto foguete			470,00
Obs.: Nos valores acima não estão inclusos: locação de produtora, edição, áudio, locução,			



trilha, direção, iluminação, efeitos especiais, clichês, cachês extras de compositores, intérpretes, arranjos, músicos ou técnicos especialmente convidados, produção, locação externa, figurino, maquiagem, cópias de fitas, despesas com remessa de materiais e despesas operacionais.

Mídia impressa – Jornal e Revista

Peça	Criação	Finalização	Total
Página dupla	1.575,00	675,00	2.250,00
01 Página	915,00	375,00	1.290,00
Acima de ¼ até ½ de página	504,00	210,00	714,00
Acima de 1/8 até ¼ de páginas	320,00	110,00	430,00
Até 1/8 de página	188,00	70,00	258,00

Balanço

Mais 100% sobre o valor de finalização

Embalagens

Peça	Criação	Finalização	Total
Adaptação de embalagem	4.375,00	1.875,00	6.250,00
Berço	2.990,00	1.271,00	4.261,00
Bula	961,00	415,00	1.376,00
Caixa de embarque	1.774,00	760,00	2.534,00
Caixa de display	2.990,00	1.271,00	4.261,00
Cartela	1.445,00	615,00	2.060,00
Cartela com saco	2.990,00	1.271,00	4.261,00
Embalagem (mecânica)	2.400,00	1.012,00	3.412,00
Embalagem Amostra Grátis	4.375,00	1.875,00	6.250,00
Embalagem Blister	4.634,00	1.970,00	6.604,00
Embalagem de linha	11.921,00	5.109,00	17.030,00
Embalagem promocional	4.375,00	1.875,00	6.250,00
Mock-up	2.564,00	1.036,00	3.600,00
Rótulo	2.564,00	1.036,00	3.600,00



Materiais Promocionais (por página)			
Peça	Criação	Finalização	Total
Álbum (por página)	340,00	168,00	508,00
Catálogo (por página)	340,00	168,00	508,00
Folheto até 210x297mm (A4)	340,00	168,00	508,00
Folheto acima de A4 até 400x600mm	504,00	210,00	714,00

Jornal Tablóide (por página)	441,00	189,00	630,00
Livreto (por página)	340,00	168,00	508,00
Livro (por página)	246,00	106,00	352,00
Manual (por página)	340,00	168,00	508,00
Manual de merchandising (por página)	340,00	168,00	508,00
Revista (por página)	340,00	168,00	508,00

Obs.: os custos acima referem-se apenas a criação gráfica, não estando incluídos os custos com matérias.

Materiais Promocionais			
Peça	Criação	Finalização	Total
Adesivo	604,00	221,00	825,00
Blimp	788,00	337,00	1.125,00
Balcão para degustação	788,00	337,00	1.125,00
Bandeira	288,00	124,00	412,00
Bandeirola	288,00	124,00	412,00
Banner	420,00	281,60	701,60
Bexiga/bola/balão	288,00	124,00	412,00
Bloco de recados	288,00	124,00	412,00
Boné	441,00	189,00	630,00
Botton	288,00	124,00	412,00
Braçadeira	288,00	124,00	412,00

**PROC. ADM. Nº. 779972/2022****CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº. 01/2023**

Caixa de fósforos	288,00	124,00	412,00
Calendário de bolso	604,00	221,00	825,00
Calendário de mesa (por lâmina)	288,00	124,00	412,00
Calendário de Parede (por lâmina)	288,00	124,00	412,00
Camiseta	441,00	189,00	630,00
Caneta/Lápis	288,00	124,00	412,00
Capa de caderno	1.281,00	549,00	1.830,00
Capa de carnê	788,00	337,00	1.125,00
Capa de catálogo	1.281,00	549,00	1.830,00
Capa de manual	950,00	390,00	1.340,00
Capa de revista	1.281,00	549,00	1.830,00
Capa de disco/CD/fita	2.241,00	960,00	3.201,00
Capa de livro	2.241,00	960,00	3.201,00
Cardápio (por lâmina)	288,00	124,00	412,00
Cartão de aniversário	788,00	337,00	1.125,00
Cartão de Natal	1.281,00	549,00	1.830,00
Cartão postal	288,00	124,00	412,00
Cartaz Evento/promoção	907,00	400,00	1.307,00
Cartaz varejo	441,00	189,00	630,00
Chaveiro	288,00	124,00	412,00
Cinta	288,00	124,00	412,00
Cinzeiro	288,00	124,00	412,00
Convite padrão	630,00	270,00	900,00
Convite especial	1.784,00	764,00	2.548,00
Copo	288,00	124,00	412,00
Crachá	288,00	124,00	412,00
Cupom	288,00	124,00	412,00

**PROC. ADM. Nº. 779972/2022****CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº. 01/2023**

Decoração de vitrine	1.448,00	620,00	2.068,00
Deflector solar	288,00	124,00	412,00

Diploma	504,00	210,00	714,00
Display de balcão/vitrine	504,00	210,00	714,00
Display de porta de gôndola	504,00	210,00	714,00
Etiqueta	288,00	124,00	412,00
Estandarte	441,00	189,00	630,00
Faixa de gôndola	441,00	189,00	630,00
Ficha de inscrição	288,00	124,00	412,00
Fita de cabeça/pulso	288,00	124,00	412,00
Flâmula	288,00	124,00	412,00
Folder/broadside (por dobra)	504,00	210,00	714,00
Folheto de oferta F/V	792,00	530,00	1.322,00
Guardanapo	288,00	124,00	412,00
Guarda-sol	288,00	124,00	412,00
Lenço	288,00	124,00	412,00
Leque	288,00	124,00	412,00
Logomarca promocional	2.124,00	1.416,00	3.540,00
Logotipo promocional	1.605,00	1.070,00	2.675,00
Mala direta simples	504,00	210,00	714,00
Marcador de página	288,00	124,00	412,00
Medalha	288,00	124,00	412,00
Móbile	288,00	124,00	412,00
Panflete/volante simples	441,00	189,00	630,00
Pasta	288,00	124,00	412,00
Porta copo	288,00	124,00	412,00



Pôster	441,00	89,00	630,00
Régua	288,00	124,00	412,00
Risque-rabisque	288,00	124,00	412,00
Sacola	288,00	124,00	412,00
Santinho	504,00	210,00	714,00
Selo	288,00	124,00	412,00
Stand para feiras	2.450,00	1.050,00	3.500,00
Toalha	288,00	124,00	412,00
Troféu	1.281,00	549,00	1.830,00
Uniforme	611,00	262,00	873,00
Viseira	288,00	124,00	412,00
Mídia Exterior			
Peça	Criação	Finalização	Total
Abrigo de ônibus	386,00	166,00	552,00
Backbus	748,00	320,00	1.068,00
Busdoor	504,00	210,00	714,00
Faixa de rua	188,00	84,00	272,00
Gradil	386,00	166,00	552,00
Outdoor – de 16 e 32 páginas	853,00	369,00	1.215,00
Painel (trifase/backlight/frontlight)	853,00	369,00	1.215,00
Placa de esquina	320,00	135,00	455,00
Placa comemorativa	188,00	84,00	272,00
Placa de obra	320,00	135,00	455,00
Placa de estrada	853,00	369,00	1.215,00
Protetor de árvores	188,00	84,00	272,00
Taxidoor	504,00	210,00	714,00
Serviço Adicional			



			Total
Cópia de CD			18,00
Cópia de fita betacam			106,00
Cópia de fita K-7			10,00
Cópia de fita U-matic			52,00
Cópia de fita VHS			17,00
Fotos – evento (cada)			13,00
Fotografias em estúdio (cada)			238,00
Fotografias com externa (cada)			273,00
Fotografias – ofertas (cada)			5,00
Gráficos (cada)			362,00
Ilustração (cada)			282,00
Mapa de localização simples			480,00
Mapa de localização ilustrado			1.310,00
Pre-release (por lauda)			222,00
Edição Eletrônica			
			Total
Digitação de textos			59,00
Por lauda até 1.200 toques			105,00
Outros idiomas			+ 50%
Scanner			
			Total
Papel (até 20 x 30cm)			15,00
Cromo (até 20 x 30cm)			15,00
Retoque de Imagens			
			Total
Por hora de serviço			95,00



Valorização de logotipos			
			Total
Valor Mínimo			86,00
Print			
Papel	Total Colorido	Total P/B	
AA Formato A3	53,00	19,00	
AA Formato A4	24,00	10,00	
Papel Fotográfico Formato A2	60,00	23,00	
Papel Fotográfico Formato A3	56,00	22,00	

1. Os custos internos serão cobrados conforme o que dispõem os itens 3.6 e 3.8 das Normas Padrão do CENP - Conselho Executivo das Normas-Padrão: do relacionamento Comercial entre Anunciantes, Agências de Publicidade e Veículos de Comunicação, de acordo com a Lei 4.680/65 e aos Decretos 57.690/66 e 2.262/97, aprovados pelo CADE — Conselho de Administração e Defesa Econômica em dezembro/2000. São compostos dos custos de criação, redação, montagem, adicionados dos demais recursos utilizados para a confecção do cliente, como: digitalização de imagens (scanner), digitação de textos, retoque de imagens, vetorização de logotipos, prints, saldas em disquetes, etc.
2. Nos casos de nova montagem de peça — anúncio, VT, spot — cada montagem será cobrada a razão de 30% do valor estabelecido nesta tabela.
3. A agência cobrará o ISS devido sobre seus honorários.
4. Serão debitados ao cliente, pelo preço de custo, sem incidência de honorários ou ISS, todos os gastos efetuados e previamente autorizados e comprovados, para o bom desempenho dos serviços. Esses gastos, referem-se a viagens, estadias, transporte, alimentação comunicação em geral.
5. O cliente liquidará, à vista, as notas de honorários e de despesas apresentadas pela Agenda, prevalecendo, porém o prazo de vencimento das faturas de serviços de terceiros.
6. Sempre que os serviços solicitados pelo cliente e executados pela agência não sejam realizados, veiculados ou sejam cancelados, a Agenda os cobrará de acordo com esta tabela, a fim de ressarcir suas despesas com planejamento lay-out, confecção, etc.
7. Sobre os serviços de terceiros, devidamente aprovados pelo cliente, a agência cobrará honorários de produção de 15% sobre o valor das faturas.



8. Clientes que desejarem realizar concorrência entre agências deverão ser informados que serão cobrados custos de criação de peças solicitadas/apresentadas.

9. Serviços solicitados e não finalizados no prazo de 30 dias sofrerão cobrança do custo de criação.

_____, em __ de _____ de xxxx.

FIRMALICITANTE/CNPJ (MF)

ASSINATURADOREPRESENTANTELEGAL

(Nome, identidade, carimbo e assinatura do representante legal da empresa)