



## **CONCORRÊNCIA Nº 001/2022**

### **CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE - PRESTADOS POR INTERMÉDIO DE AGÊNCIA DE PROPAGANDA**

**Recebimento dos invólucros com as Propostas Técnicas e de Preços:**

Data: 13/12/2022

Horário: 08hs (horário local)

Endereço: Av. Historiador Rubens de Mendonça, 3.920 CPA

Cuiabá (MT) 13 de outubro de 2022.

## Do Sumário

1.	DISPOSIÇÕES INICIAIS .....	5
2.	OBJETO.....	5
3.	VALOR CONTRATUAL E RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS .....	7
4.	CONDIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO .....	8
5.	RETIRADA DO EDITAL .....	9
6.	ESCLARECIMENTOS SOBRE O EDITAL.....	10
7.	IMPUGNAÇÃO DO EDITAL.....	10
8.	CREDENCIAMENTO DE REPRESENTANTES.....	11
	Envelope nº 1 – Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada	13
	Envelope nº 2.....	13
	Envelope nº 3.....	14
11.	APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA .....	14
	11.8.1 A licitante deverá apresentar 05 (cinco) peças publicitárias,	21
12.	JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS .....	23
	12.2.1 Quesito 1 - Plano de Comunicação Publicitária .....	24
	12.2.1.1 Subquesito 1 - Raciocínio Básico .....	24
	12.2.1.2 Subquesito 2 - Estratégia de Comunicação Publicitária ..	24
	12.2.1.3 Subquesito 3 - Ideia Criativa.....	24
	12.2.1.4 Subquesito 4 - Estratégia de Mídia e Não Mídia .....	25
	12.2.2 Quesito 2 - Capacidade de Atendimento .....	25
	12.2.3 Quesito 3 - Repertório.....	26
	12.2.4 Quesito 4 - Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	26
13.	ENTREGA DA PROPOSTA DE PREÇOS.....	28
	Envelope nº 4.....	28
	Envelope nº 4.....	29
14.	APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇOS .....	29
15.	JULGAMENTO DAS PROPOSTAS DE PREÇOS.....	31
16.	JULGAMENTO FINAL DAS PROPOSTAS TÉCNICAS E DE PREÇOS	31
17.	ENTREGA DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO.....	32
	Invólucro nº 5 .....	32
18.	APRESENTAÇÃO DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO .....	32
	18.2.1 Habilitação Jurídica .....	33
	18.2.2 Regularidade Fiscal e Trabalhista .....	33
	18.2.4 Qualificação Econômico-financeira .....	35
19.	ANÁLISE DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO .....	37

20.	COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO E SUBCOMISSÃO TÉCNICA	
	38	
21.	DIVULGAÇÃO DOS ATOS LICITATÓRIOS .....	43
22.	RECURSOS ADMINISTRATIVOS .....	43
23.	PROCEDIMENTOS LICITATÓRIOS .....	44
	Primeira Sessão .....	44
	Segunda Sessão .....	48
	Terceira Sessão .....	49
	Quarta Sessão .....	50
24.	HOMOLOGAÇÃO E ADJUDICAÇÃO .....	51
25.	CONDIÇÕES PRÉ-CONTRATUAIS.....	51
	Declaração de Inexistência de Conflito de Interesses .....	52
26.	OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA E DO CONTRATANTE.....	53
27.	FISCALIZAÇÃO .....	53
28.	REMUNERAÇÃO E PAGAMENTO.....	54
29.	SANÇÕES ADMINISTRATIVAS.....	55
30.	DISPOSIÇÕES FINAIS .....	56
	ANEXO II- MINUTA DE CONTRATO .....	62
	CLÁUSULA PRIMEIRA - LEGISLAÇÃO E DOCUMENTOS VINCULADOS.....	62
	CLÁUSULA SEGUNDA - OBJETO .....	62
	CLÁUSULA TERCEIRA - VIGÊNCIA .....	64
	CLÁUSULA QUARTA - RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS.....	64
	CLÁUSULA QUINTA - OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA .....	65
	CLÁUSULA SEXTA - OBRIGAÇÕES DA CONTRATANTE .....	70
	CLÁUSULA SÉTIMA - FISCALIZAÇÃO E ACEITAÇÃO .....	71
	CLÁUSULA OITAVA - REMUNERAÇÃO .....	73
	CLÁUSULA NONA - DESCONTO DE AGÊNCIA.....	75
	CLÁUSULA DÉCIMA - DIREITOS AUTORAIS.....	76
	CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA - LIQUIDAÇÃO E PAGAMENTO DE DESPESAS .....	76
	CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA - SANÇÕES ADMINISTRATIVAS .....	80
	CLÁUSULA DÉCIMA TERCEIRA - RESCISÃO.....	81
	CLÁUSULA DÉCIMA QUARTA - DISPOSIÇÕES GERAIS.....	81
	CLÁUSULA DÉCIMA QUINTA - FORO .....	82
	Ref.: Concorrência nº 001/2022 .....	83
	MODELO DA PROPOSTA DE PREÇOS.....	84
	DECLARAÇÕES .....	86

DECLARAÇÃO .....	88
Ref.: Edital de Concorrência nº 001/2022 .....	88
DECLARAÇÃO DE RECEBIMENTO DOS DOCUMENTOS .....	89
DECLARAÇÃO DE SUBMISSÃO À FISCALIZAÇÃO .....	90
DECLARAÇÃO DE QUE ACEITA DESCONTAR AS MULTAS.....	91
Referente concorrência nº 01 / 2022 .....	92
DECLARAÇÃO DE INEXISTÊNCIA DE CONFLITO DE INTERESSES .....	93

**EDITAL DE CONCORRÊNCIA nº 001/2022****1. DAS DISPOSIÇÕES INICIAIS.**

1.1 **ASSOCIAÇÃO MATO-GROSSENSE DOS MUNICÍPIOS (AMM)**, com sede a Avenida Historiador Rubens de Mendonça, nº. 3920, Centro Político Administrativo, Cuiabá/MT, pela COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO, nomeado através da Portaria nº 052/2022, torna público para conhecimento de todos os interessados, que fará realizar licitação na modalidade de **CONCORRÊNCIA PÚBLICA**, para contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agência de propaganda.

1.2 Os serviços serão realizados na forma de execução indireta, sob a égide da Lei nº 12.232/2010, mediante a aplicação, de forma complementar, das Leis nº 4.680/1965 e nº 8.666/1993 e Lei Complementar nº 123/2006.

DATA E HORA DA ABERTURA	LOCAL
<b>13 de dezembro de 2022 às 09:00</b> <b>entrega de envelopes e abertura</b> <b>da primeira sessão.</b>  <b>Horário Local.</b>	<b>ASSOCIAÇÃO MATO-</b> <b>GROSSENSE DOS MUNICÍPIOS</b> <b>(AMM)</b>

**2. DO OBJETO.**

2.1 O objeto da presente Concorrência é a contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agência de propaganda, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integralmente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o objetivo de difundir ideias ou informar o público em geral.

2.1.1 também integram o objeto desta Concorrência, como atividades complementares, os serviços especializados pertinentes:

- a) Ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento, relacionados à execução do contrato, nos termos do artigo 2º, § 1º, I e, artigo 3º da Lei 12.232/2010
- b) À produção e à execução técnica de peças, materiais e projetos publicitários, de mídia e não mídia, criados no âmbito do contrato;

c) à criação, à implementação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, destinadas a expandir os efeitos das mensagens e das ações publicitárias, em consonância com novas tecnologias.

2.1.1.1 A contratação dos serviços, elencados no subitem 2.1, tem como objetivo o atendimento ao princípio da publicidade e ao direito à informação, por meio de ações que visam difundir ideias e princípios, posicionar instituições e programas, disseminar iniciativas e políticas públicas, ou informar e orientar o público em geral.

2.1.1.2 O planejamento, previstos no subitem 2.1, objetiva subsidiar a proposição estratégica das ações publicitárias, tanto nos meios e veículos de divulgação tradicionais (*off-line*) como digitais (*on-line*), para alcance dos objetivos de comunicação e superação dos desafios apresentados e devem prever, sempre que possível, os indicadores e métricas para aferição, análise e otimização de resultados.

2.1.1.3 As pesquisas e os outros instrumentos de avaliação previstos na alínea 'a' do subitem 2.1.1 terão a finalidade de:

a) Gerar conhecimento sobre o mercado, o público-alvo e os meios para divulgação das peças ou campanhas publicitárias;

b) Aferir o desenvolvimento estratégico, a criação, a veiculação e a adequação das mensagens a serem divulgadas;

c) Possibilitar a mensuração e avaliação dos resultados das campanhas publicitárias, vedada a inclusão de matéria estranha ou sem pertinência temática com a ação de publicidade.

2.1.2 Os serviços previstos nos subitens 2.1 e 2.1.1 não abrangem as atividades de promoção, de patrocínio, de relações públicas, de assessoria de comunicação e de imprensa e a realização de eventos festivos de qualquer natureza.

2.1.2.1 Não se incluem no conceito de patrocínio mencionado no subitem precedente, os projetos de veiculação em mídia ou em plataformas que funcionem como veículos de divulgação.

2.2 Para a prestação dos serviços será contratada 01 (uma) agência de propaganda, doravante denominada agência, licitante ou contratada.

2.2.1 Os serviços objeto da presente licitação serão contratados com agência de propaganda cujas atividades sejam disciplinadas pela Lei nº 4.680/1965 e que tenha obtido certificado de qualificação técnica de funcionamento, nos termos da Lei nº 12.232/2010.

2.2.2 A agência atuará por ordem e conta da Câmara Municipal, em conformidade com o art. 3º da Lei nº 4.680/1965 e art. 14 da Lei nº

12.232/2010, na contratação de fornecedores de bens e de serviços especializados, para a execução das atividades complementares de que trata o subitem 2.1.1, e de veículos de divulgação, para a transmissão de mensagens publicitárias.

2.2.3 A agência não poderá subcontratar outra agência de propaganda para a execução de serviços previstos nos subitens 2.1 e 2.1.1 deste Edital.

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

3.1. O valor da contratação decorrente deste Edital está estimado em **R\$ 1.500.000,00 (um milhão e quinhentos mil reais)**, por 12 (doze) meses.

3.2. A previsão de recursos orçamentários para a execução dos serviços durante o exercício de 2022 ocorre por conta das dotações próprias consignadas no orçamento geral da Amm, relativo ao exercício financeiro de 2022, na classificação abaixo relacionada;

ÓRGÃO	01	ASSOCIAÇÃO MATO-GROSSENSE DOS MUNICÍPIOS.
UNIDADE	01.01	PRESIDENCIA
ATIVIDADE	2.001	MANUTENÇÃO PRESIDENCIA.
ELEMENTO	3.3.90.39	OUTROS SERVIÇOS DE TERCEIROS – PESSOA JURÍDICA

3.3. A Associação Mato-grossense dos Municípios (AMM), se reserva o direito de, a seu juízo, executar ou não a totalidade do valor contratual, não cabendo à Licitante vencedora o direito de pleitear qualquer tipo de reparação ou compensação pelo não uso do total da verba.

3.4. No interesse do ANUNCIANTE, a contratada ficará obrigada a aceitar os acréscimos ou supressões que se fizerem necessários nos serviços, nas mesmas condições contratuais, até o limite de 25% (vinte e cinco por cento) do valor inicial atualizado do contrato, conforme disposto nos §§ 1º e 2º do art. 65 da Lei nº 8.666/1993.

3.5. Se o ANUNCIANTE optar pela prorrogação do contrato (modalidade serviço contínuo) que vier a ser assinado serão consignadas nos próximos exercícios, na Lei Orçamentária Anual, as dotações necessárias ao atendimento dos pagamentos previstos.

3.5.1. Na prorrogação, o ANUNCIANTE poderá renegociar os percentuais de remuneração praticados com a contratada, com base em pesquisa de preços, com vistas a obter maior vantajosidade para a Administração, no decorrer da execução do contrato.

3.5.2. O ANUNCIANTE poderá, a qualquer tempo, efetuar revisão dos percentuais de remuneração praticados com a contratada, em decorrência de eventual redução identificada nas referências de mercado, por meio de termo aditivo.

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

4.1. Poderá participar desta licitação a agência de propaganda que atender às condições deste Edital e apresentar os documentos nele exigidos.

4.2. Não poderá participar desta Concorrência a agência de propaganda:

a) que estiver cumprindo suspensão temporária do direito de participar de licitação ou estiver impedida de contratar com a Associação Mato-grossense dos Municípios.

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

c) que tenha sido considerada inidônea, pela Administração Pública federal, estadual ou municipal;

d) estrangeira que não funcione no País;

e) cujos sócios, controladores, dirigentes, administradores, gerentes ou empregados integrem a Subcomissão Técnica ou tenham qualquer vínculo profissional com o ANUNCIANTE;

f) que estejam reunidas em consórcio;

g) que atuem sem fins lucrativos.

h) que se enquadrem nas hipóteses previstas no artigo 9º da Lei nº 8.666/93.

4.2.1. Nos termos do art. 5º do Decreto nº 9.507/2018, é vedada a contratação de pessoa jurídica na qual haja administrador ou sócio com poder de direção, que seja familiar de:

a) detentor de cargo em comissão ou função de confiança que atue na área responsável pela demanda ou contratação; ou

b) autoridade hierarquicamente superior no âmbito do órgão contratante.

4.2.1.1. Para fins do disposto no subitem 4.2.1, considera-se familiar o cônjuge, o companheiro ou parente em linha reta ou colateral, por consanguinidade ou afinidade, até terceiro grau

4.2.2 Para a análise das condições de participação das licitantes, também serão realizadas consultas ao Cadastro Nacional de Empresas Inidôneas e Suspensas (CEIS), no Portal



da Transparência mantido pela Controladoria Geral da União - CGU, e ao Cadastro Nacional de Condenações Cíveis por Ato de Improbidade Administrativa (CADIN), disponível no Portal do Conselho Nacional de Justiça - CNJ, em harmonia com o disposto no Acórdão nº 1793/2011 - do Plenário, do Tribunal de Contas da União - TCU.

4.3 Nenhum licitante poderá participar desta Concorrência com mais de uma Proposta.

4.4 A participação na presente Concorrência implica, tacitamente, para a licitante: a confirmação de que recebeu da Comissão Permanente de Licitação o invólucro padronizado previsto no subitem 10.1.1.1 e as informações necessárias ao cumprimento desta licitação; a aceitação plena e irrevogável de todos os termos, cláusulas e condições constantes deste Edital; e a observância dos preceitos legais e regulamentares em vigor e a responsabilidade pela fidelidade e legitimidade das informações e dos documentos apresentados em qualquer fase do processo.

4.5 A licitante assume todos os custos de elaboração e apresentação das Propostas Técnica e de Preços e dos Documentos de Habilitação exigidos nesta Concorrência, não sendo a Associação Mato-grossense dos Municípios, em nenhum caso, responsável por esses custos, independentemente da condução ou do resultado do presente processo licitatório.

## **5. DA RETIRADA DO EDITAL.**

5.1 O Edital e seus anexos estão disponíveis na A Associação Dos Municípios (AMM), bem como no site Associação Mato-grossense dos municípios: em seu portal transparência – licitações- Link direto:

<https://transparencia.amm.org.br/Licitacoes-e-contratos/>

5.1.1 O envelope correspondente ao nº 01 Via não Identificada, deverá ser retirado pela Licitante junto à Comissão Permanente de Licitações no seguinte endereço: Avenida Historiador Rubens de Mendonça CPA, no horário das 08:00 às 12:00 horas e das 13:30 as 17:30 horas, mediante requerimento fornecido à Comissão Permanente de Licitação, contendo nome da empresa, CNPJ, endereço, telefone de contato, e-mail.

5.1.2 Apenas o envelope “1” – “Plano de Comunicação Publicitária - via não identificada” será fornecido pela Associação Mato-grossense dos Municípios (AMM), devendo a Licitante providenciar os demais envelopes necessários.

5.2. O interessado em participar desta licitação se obriga a acompanhar no Diário Oficial do Estado e no endereço eletrônico acima, citado no subitem 5.1, eventuais alterações ou informações sobre esta Concorrência.

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

6.1 Esclarecimentos sobre esta Concorrência serão prestados pela Comissão Permanente de Licitação, desde que os pedidos tenham sido recebidos em até 07 (sete) dias úteis antes da data de apresentação das Propostas, exclusivamente mediante solicitação por escrito, em uma das seguintes formas:

- Por carta ou ofício: protocolizado no departamento de Licitação na sede da A Associação Mato-grossense dos Municípios (AMM)-MT, Sito Av. Historiador Rubens de Mendonça, nº 3.920, CPA – Cuiabá – MT, de segunda a sexta-feira, das 07:00 às 13:00 horas;
- Pelo e-mail: [ammlicitacao@gmail.com](mailto:ammlicitacao@gmail.com)

6.1.1 Os pedidos de esclarecimento serão respondidos pela Comissão Permanente de Licitação em até 05 (cinco) dias úteis antes da data de apresentação das Propostas.

6.1.2 Os pedidos de esclarecimentos serão respondidos exclusivamente mediante divulgação no site da Associação Mato-grossense dos Municípios (AMM): <https://www.amm.org.br/> em seu portal transparência.

6.1.2.1 A licitante não deve utilizar, em eventual pedido de esclarecimento, termos que possibilite a identificação de sua Proposta Técnica, referente ao Invólucro nº 1 (Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada).

6.1.3 Às licitantes interessadas cabe acessar assiduamente o referido endereço para tomarem conhecimento das perguntas e respostas e manterem-se atualizadas sobre os esclarecimentos referentes a este Edital.

6.1.4 Os pedidos de esclarecimento não constituirão, necessariamente, motivos para que se alterem a data e o horário de recebimento das Propostas Técnica e de Preços previstos no subitem 9.2.

## **7. DA IMPUGNAÇÃO DO EDITAL.**

7.1 O pedido de impugnação, com a indicação de falhas ou irregularidades que viciarem o Edital, deverá ser protocolizado fisicamente de segunda a sexta-feira, das 08h às 12h e das 13h às 17:30h, no Departamento de Licitação, no mesmo endereço da Associação Mato-grossense dos Municípios (AMM).

7.2 A impugnação também poderá ser enviada para o e-mail: **[ammlicitacao@gmail.com](mailto:ammlicitacao@gmail.com)**, observados os prazos descritos no subitem 7.6. Nesse caso, o documento original deverá ser apresentado no endereço e nos horários previstos no subitem precedente, em até 05 (cinco) dias contados do encaminhamento do e-mail.

7.2.1 Não será conhecida a impugnação feita verbalmente ou por outro meio eletrônico que não o disposto no item 7.2.

7.3 A impugnação apresentada em desconformidade com as regras previstas neste item será recebida como mera informação.

7.4 A impugnação feita tempestivamente pela licitante não a impedirá de participar do processo licitatório até o trânsito em julgado da decisão a ela pertinente.

7.5 Os pedidos de impugnação serão julgados e respondidos em até 3 (três) dias úteis, sem prejuízo da faculdade prevista no § 1º do art. 113 da Lei nº 8.666/1993.

7.6 Decairá do direito de impugnar os termos deste Edital, perante a Comissão Permanente de Licitação:

- o cidadão que não se manifestar em até 05 (cinco) dias úteis antes da data de recebimento das Propostas Técnicas e de Preços;

- a licitante que não se manifestar em até 02 (dois) dias úteis antes da data de recebimento das Propostas Técnicas e de Preços.

7.6.1 Considera-se licitante, para efeito do inciso II do subitem anterior, a empresa que tenha retirado o presente Edital na forma prevista no Aviso de Licitação ou neste Edital.

## **8. DO CREDENCIAMENTO DE REPRESENTANTES.**

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

8.1.1 Os documentos mencionados no subitem 8.1 deverão ser apresentados fora dos invólucros que contêm as Propostas Técnica e de Preços e comporão os autos do processo licitatório.

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

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

8.2 A ausência do documento hábil de representação não impedirá o representante de participar da licitação, mas ele ficará impedido de praticar qualquer ato durante o procedimento licitatório.

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

8.4 Caso a licitante não deseje fazer-se representar nas sessões de recepção e abertura, deverá encaminhar as Propostas Técnica e de Preços por meio de portador. Nesse caso, o portador deverá efetuar a entrega dos invólucros diretamente à Comissão Permanente de Licitação, na data, hora e local indicados no subitem 9.2.

## **9. DO RECEBIMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS E DE PREÇO.**

9.1. As Propostas Técnicas, de Preços e os Documentos de Habilitação das licitantes deverão ser entregues à Comissão Permanente de Licitação em 05 (cinco) invólucros distintos e separados, conforme disposto nos itens 10, 13 e 17 deste Edital.

**9.2. Os envelopes com as Propostas Técnicas e de Preços serão recebidos como segue:**

➡ Dia: 13 de Dezembro de 2022

➡ Hora: às 09:00hs.

➡ Local: na Associação Mato-grossense dos Municípios, na sala de licitação.

9.3. Os horários mencionados neste Edital referem-se ao horário local.

9.4. O recebimento e a abertura dos envelopes, bem como os demais procedimentos licitatórios obedecerão ao disposto neste Edital, especialmente no item 23, e na legislação.

**10. DA ENTREGA DA PROPOSTA TÉCNICA.**

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

**Envelope nº 1 – Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada**

10.1.1. No Invólucro nº 1 deverá estar acondicionado o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada (composto de: I - raciocínio básico, II - estratégia de comunicação publicitária, III - ideia criativa, IV - estratégia de mídia e não mídia), de que tratam os subitens 11.2 e 11.3 deste Edital.

10.1.1.1. Só será aceito o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada que estiver acondicionado no invólucro padronizado, fornecido pela Associação Mato-grossense dos Municípios (AMM), a ser retirado, exclusivamente, pela agência que o solicitar formalmente no departamento de Licitações da Associação, Localizada na Associação Mato-grossense dos municípios, de segunda a sexta-feira, das 08 h às 12 h e das 13 h às 17:30 h.

10.1.1.2. 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. 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.

**Envelope nº 2- O Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada.**

10.1.2 No Envelope nº 2 deverá estar acondicionado o Plano de Comunicação Publicitária (I - raciocínio básico, II - estratégia de comunicação publicitária, III - ideia criativa e IV - estratégia de mídia e não mídia) – Via Identificada, de que trata o subitem 11.4 deste Edital.

10.1.2.1. O Envelope nº 2 deverá estar fechado e rubricado no fecho, com cola, com a seguinte identificação: Envelope nº 2.

**Envelope nº 2**

Proposta Técnica: Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada

Nome empresarial e CNPJ da licitante

Concorrência nº 001/2022/ Associação Mato-grossense dos Municípios.

10.1.2.2. O Envelope 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.

**Envelope nº 3- Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação.**

10.1.3. 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 subitens 11.5, 11.7 e 11.9 deste Edital.

10.1.3.1. O Envelope nº 3 deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

**Envelope nº 3**

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

Nome empresarial e CNPJ da licitante

Concorrência nº 001/2022/ Associação Mato-grossense dos Municípios.

10.1.3.2. 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.

10.1.3.3. 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.

**11. DA APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA.**

11.1. A Proposta Técnica deverá ser redigida em língua portuguesa, salvo quanto as expressões técnicas, com clareza, sem emendas ou rasuras.

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

QUESITOS	SUBQUESITOS
	1. Raciocínio Básico

1. Plano de Comunicação Publicitária	2. Estratégia de Comunicação Publicitária
	3. Ideia Criativa
	4. Estratégia de Mídia e Não Mídia
2. Capacidade de Atendimento	1. Clientes
	2. Profissionais
	3. Infraestrutura
	4. Sistemática de Atendimento
	5. Informações de Marketing
3. Repertório	
4. Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	

11.2. 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 75 gr/m2 a 90 gr/m2, ambas em branco;
- c) Conteúdo impresso em papel A4, branco, com 75 gr/m2 a 90 gr/m2, orientação retrato.
- d) Espaçamentos de 3 cm na margem esquerda e 2 cm na direita, a partir das respectivas bordas; Não há padrões exigidos para margens superior e inferior;
- e) Títulos, entretítulos, parágrafos e linhas subsequentes sem recuos;
- f) Espaçamento simples entre as linhas e, opcionalmente, duplo após títulos e entre títulos e entre parágrafos;
- g) Alinhamento justificado do texto;
- h) Texto e numeração de páginas em fonte Arial, estilo 'normal', cor preta, tamanho 12 pontos, observados os subitens 11.2.3, e 11.2.4 deste Edital;



- i) Numeração de todas as páginas, na parte inferior central, a partir da primeira página interna, em algarismos arábicos;
- j) Sem identificação da licitante.

11.2.1 As especificações do subitem 11.2 não se aplicam às peças de que trata o subitem 11.3.3.1 e 11.3.3.2 deste Edital.

11.2.2 No subquesto Estratégia de Mídia e Não Mídia poderão ter gráficos, quadros, tabelas ou planilhas, podendo ser editados:

- a) ser editados em cores;
- b) ter fontes e tamanhos de fonte habitualmente utilizados nesses documentos;
- c) ter qualquer tipo de formatação de margem;

11.2.2.1. As tabelas, gráficos e planilhas do subquesto a que se refere o 11.2.2, deverão ser apresentados em papel A4, branco, com 75 gr/m<sup>2</sup> a 90 gr/m<sup>2</sup>, orientação retrato ou orientação paisagem.

11.2.3. 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.

11.2.4. Poderão ser utilizadas páginas isoladas com a finalidade de indicar o Plano de Comunicação Publicitária e seus subquestos. Essas devem seguir as especificações do subitem 11.2, no que couber.

11.2.5. Os textos do Raciocínio Básico, da Estratégia de Comunicação Publicitária e da relação prevista na alínea ‘a’ do subitem 11.3.3 deste Edital estão limitados, no conjunto, a no máximo, 10 (dez) páginas.

11.2.6. Os textos da Estratégia de Mídia e Não Mídia não têm limitação quanto ao número de páginas, mas cabe às licitantes atentarem especialmente para o disposto nas alíneas ‘c’ dos subitens 10.1.1.2 e 23.2.2 deste Edital.

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

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

11.3.1. Subquesto **1 - Raciocínio Básico** - apresentação em que a licitante descreverá, sob **a forma de texto**:



1. Análise das características e especificidades da Associação Mato-grossense dos Municípios e do seu papel no contexto no qual se insere;
2. diagnóstico relativo às necessidades de comunicação publicitária identificadas; e 3. compreensão do desafio e dos objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing.

11.3.2. Subquestito **2 - Estratégia de Comunicação Publicitária**, sob a forma de texto, que apresentará e defenderá as linhas gerais da proposta para suprir o desafio e alcançar os resultados e metas de comunicação desejadas pela Associação Mato-grossense dos Municípios, com base no Briefing, compreendendo:

- a) Explicitação e defesa do partido temático e do conceito que fundamentam a proposta de solução publicitária; e
- 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.

11.3.3. Subquestito **3 - Ideia Criativa** – apresentação da proposta de campanha publicitária, contemplando os seguintes conteúdos:

- a) Relação de todas as peças publicitárias que a licitante julgar necessárias para superar o desafio e alcançar os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing, com a descrição sucinta de cada uma;
- b) Exemplos das peças, constantes da relação prevista na alínea anterior, que a licitante julgar mais adequadas para corporificar e ilustrar objetivamente sua proposta de campanha publicitária, observadas as condições estabelecidas no subitem 11.3.3.2 e, 11.3.3.3 deste Edital.

11.3.3.1. Como exemplos de peças publicitárias da alínea “b” do subitem 11.3.3 deverão seguir o que dispõe: **Ideia Criativa – (peças)**, tais peças também deverão estar contidas no envelope nº 01, Via não Identificada, as quais contam no item 11.3.

11.3.3.2. O Plano de Comunicação Publicitária (Ideia Criativa - Peças) deverá ser apresentado da seguinte forma:

- a) Um storyboard de 30” (trinta segundos);
- b) Um roteiro de 30” (trinta segundos);
- c) Uma peça para Outdoor, impresso em formato adequado e sem limitação de cores;
- d) Um Banner de Internet, impresso em formato adequado e sem limitação de cores;

e) Um Anúncio para Mídia Impressa, impresso em formato adequado e sem limitação de cores.

11.3.3.3. Os exemplos de peças integrantes do subquesto Ideia Criativa deverão ser apresentados separadamente do caderno de que trata a alínea 'a' do subitem 11.2 deste Edital.

11.3.3.4. Esses exemplos deverão adequar-se às dimensões do Invólucro nº 1, cabendo à licitante atentar para o disposto nos subitens 10.1.1.2 e 23.2.1 deste Edital.

11.3.3.5. As peças gráficas poderão ser impressas em tamanho real ou reduzido, desde que não haja prejuízo em sua leitura, sem limitação de cores. Peças que não se ajustem às dimensões do Invólucro nº 1 devem ser dobradas para adequar-se as dimensões do Invólucro nº 1.

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

11.3.4. **Subquesto 4 - Estratégia de Mídia e Não Mídia** - em que o proponente explicitará e justificará a estratégia e as táticas recomendadas, em consonância com a estratégia de comunicação publicitária por ela sugerida e em função da verba disponível indicada no instrumento convocatório, apresentada sob a forma de textos, tabelas, gráficos, planilhas e por quadro resumo que identificará as peças a serem veiculadas ou distribuídas e suas respectivas quantidades, inserções e custos nominais de produção e de veiculação, contemplando:

I. **Estratégia de mídia:** proposição e defesa dos meios e dos recursos próprios de comunicação do ANUNCIANTE 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 de programação das inserções sugeridas, contendo os valores por veículos de divulgação, formatos das peças, períodos de veiculação, quantidade de inserções, nomes de programas, faixas horárias, custos relativos (CPM, CPP, CPC etc.) e demais informações que a licitante considerar relevantes;

IV. **Simulação:** dos parâmetros de cobertura e frequência previstos no plano de mídia e/ou de novas formas de publicidade digital (para os meios em que seja

possível a mensuração dessas variáveis), sob a forma de textos, tabelas, gráficos ou planilhas.

V. **Plano de novas formas de publicidade digital:** composto por planilhas com a indicação de uso de formas inovadoras de comunicação publicitária, informando fornecedor, valor a ser aplicado e indicadores-chave de performance (KPI);

11.3.4.1. Todas as peças publicitárias, que integrarem a relação prevista na alínea 'a' do subitem 11.3.3, deverão estar contempladas na Estratégia de Mídia e Não Mídia proposta.

11.3.4.2. **O plano de mídia e/ou de novas formas de publicidade digital** propostos deverão 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 e demais meios de divulgação;
- c) Os valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em veículos e demais meios 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 e demais meios 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; e
- h) Os valores (absolutos e percentuais) alocados no desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias.

11.3.4.3. Nessa simulação:

- a) Os preços das inserções em veículos de comunicação e 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 comunicação e divulgação que não atuem com tabela de preços;

- c) Deverá ser informado o montante de investimento proposto pela licitante, no âmbito de sua estratégia, a ser utilizado com formas inovadoras de comunicação publicitária, para alcance dos objetivos estabelecidos;
- d) Deverá ser desconsiderado o repasse de parte do desconto de agência concedido pelos veículos de comunicação e divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965; e
- e) Deverão ser desconsiderados os honorários sobre os bens e serviços especializados prestados por fornecedores.

11.3.4.3.1. Caso o Edital venha a ser republicado, com a retomada da contagem do prazo legal, os preços de tabela a que se refere a alínea 'a' do subitem 11.3.4.3 deverão ser os vigentes na data de publicação do último Aviso de Licitação.

11.4. **O Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada** (envelope 02) deverá constituir-se em cópia do Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada, **sem os exemplos de peças publicitárias da Ideia Criativa**, com a finalidade de proporcionar a correlação segura de autoria, observadas as seguintes características:

I - Ter a identificação da licitante;

II - Ser datado; e

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.

11.5. Quesito 2 - **Capacidade de Atendimento**: a licitante deverá apresentar as informações que constituem o quesito em caderno específico, orientação retrato, com ou sem uso de cores, em formato A4, 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.

11.5.1. O caderno específico mencionado no subitem 11.5 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.

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

- a) Subquesito I – **Clientes**: relação nominal dos seus principais clientes à época da licitação, com a especificação do início de atendimento de cada um deles;

- b) Subquesto II – **Profissionais**: quantificação e qualificação, sob a forma de currículo resumido (no mínimo, nome, formação acadêmica e experiência), dos profissionais que poderão ser colocados à disposição da execução do contrato, discriminando-se as respectivas áreas de atuação;
- c) Subquesto III – **Infraestrutura**: infraestrutura e instalações da licitante que estarão à disposição da Associação Mato-grossense dos Municípios para a execução do contrato;
- d) Subquesto IV – **Sistemática de Atendimento**: sistemática operacional de atendimento na execução do contrato; e
- e) Subquesto V: **Informação de Marketing**: 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 Associação Mato-grossense dos Municípios, sem ônus adicionais, na vigência do contrato.

11.7. 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, 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.

11.7.1. 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.

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

11.8.1. A licitante deverá **apresentar 05 (cinco) peças publicitárias**, independentemente do seu tipo ou característica e da forma de sua veiculação, exposição ou distribuição.

11.8.1.1. As peças publicitárias devem ter sido veiculadas, expostas ou distribuída no máximo nos últimos cinco anos anteriores à licitação.

11.8.1.2. As peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD ou CD, executáveis no sistema operacional Windows, podendo integrar o caderno específico previsto no subitem 11.7 ou ser apresentadas soltas.

11.8.1.3. As peças gráficas poderão integrar o caderno específico previsto no subitem 11.7 ou ser apresentadas soltas. Em todos os casos, deverá ser preservada a capacidade de leitura das peças e indicadas suas dimensões originais.

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

11.8.2. 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.

11.8.3. As **peças publicitárias não podem referir-se a trabalhos solicitados ou aprovados pela ASSOCIAÇÃO MATO-GROSSENSE DOS MUNICÍPIOS, no âmbito de seus contratos com agência de propaganda.**

11.9. 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.

11.9.1. 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.

11.10. A licitante deverá apresentar 02 (dois) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, cada um com o máximo de 03 (três) páginas, em que serão descritas soluções publicitárias propostas pela licitante e implementadas por seus clientes, na superação de desafios de comunicação. Cada Relato:

I – Deverá ser elaborado pela licitante, em papel que a identifique;

II - Deverá contemplar nome, cargo ou função e assinatura de funcionário da licitante responsável por sua elaboração;

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

**IV – Deverá estar formalmente validado pelo respectivo cliente, de forma a atestar sua autenticidade.**

11.10.1. A validação de que trata a alínea “d” do subitem anterior, deverá ser feita em documento apartado dos relatos, o qual não entrará no cômputo do número de página de que trata o subitem 11.10. 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.

11.10.2. Os Relatos de que trata o subitem 11.10 devem ter sido implementados a partir de 1º de janeiro de 2017.

11.10.3. É permitida (leia-se facultada) a inclusão de até 02 (duas) peças publicitárias, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça, em cada Relato, observando-se as seguintes regras:

I - As peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD ou CD, executáveis no sistema operacional Windows, podendo integrar o caderno específico previsto no subitem 11.9 ou ser apresentadas soltas;

II - As peças gráficas poderão integrar o caderno específico previsto no subitem 11.9, em papel A4, 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.

11.10.3.1. A ficha técnica de cada peça, observada a quantidade de peças estabelecida no subitem 11.10.3, não entrará no cômputo do limite de páginas estabelecido no subitem 11.10 para descrição do Relato.

## **12. DOJULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS.**

12.1. A Subcomissão Técnica prevista no subitem 20.2 deste Edital analisará as Propostas Técnicas das licitantes quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Edital e do plano de Comunicação Publicitária dos itens abaixo:

- I - Raciocínio básico;
- II - Estratégia de comunicação publicitária;
- III - Ideia criativa;
- IV - Estratégia de mídia e não mídia;
- V - Ideia criativa – peças;
- VI- Capacidade de Atendimento;
- VII- Repertório
- VIII- Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação



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

12.2.1. Quesito 1 - Plano de Comunicação Publicitária

12.2.1.1. Subquesito 1 - Raciocínio Básico

- a) A acuidade demonstrada na análise das características e especificidades do ANUNCIANTE 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 e no entendimento dos objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing.

12.2.1.2. Subquesito 2 - Estratégia de Comunicação Publicitária

- a) A adequação do partido temático e do conceito à natureza e às atividades do ANUNCIANTE, 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 ANUNCIANTE 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 ANUNCIANTE, o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing;
- f) A exequibilidade da Estratégia de Comunicação Publicitária, considerada a verba referencial.

12.2.1.3. Subquesito 3 - Ideia Criativa

- a) O alinhamento da campanha com a Estratégia de Comunicação Publicitária;
- b) A pertinência da solução criativa com a natureza do ANUNCIANTE, 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.

#### 12.2.1.4. 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 e/ou de novas formas de publicidade digital;;
- c) A adequação da proposta no uso dos recursos próprios de comunicação do ANUNCIANTE 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.

#### 12.2.2. Quesito 2 - Capacidade de Atendimento

- a) Subquesto I – Clientes: o porte e a tradição dos clientes, como anunciantes publicitários, e o período de atendimento a cada um;
- b) Subquesto II – Profissionais: a experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias e a adequação das quantificações e qualificações desses profissionais às necessidades de comunicação publicitária do ANUNCIANTE;
- c) Subquesto III – Infraestrutura: a adequação da infraestrutura e das instalações que estarão à disposição do ANUNCIANTE na execução do contrato;
- d) Subquesto IV – Sistemática de Atendimento: a funcionalidade do relacionamento operacional entre o ANUNCIANTE e a licitante;

e) Subquesto V – Informação de Marketing: 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 ANUNCIANTE.

#### 12.2.3. 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.

#### 12.2.4. 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.

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

12.3.1. Para estabelecimento da pontuação de cada quesito e subquesto, 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, aos critérios de julgamento técnico estabelecidos no item 12 deste Edital.

12.3.2. Aos quesitos ou subquestos serão atribuídos, no máximo, os seguintes pontos:

QUESITOS		PONTUAÇÃO MÁXIMA
1. Plano de Comunicação Publicitária		<i>Somatório da pontuação dos subquestos = 65 pontos</i>
	I. Raciocínio Básico	<i>10 pontos</i>

SUBQUESTOS	II. Estratégia de Comunicação Publicitária	20 pontos
	III. Ideia Criativa e peças	25 pontos
	IV. Estratégia de Mídia e Não Mídia	10 pontos
2. Capacidade de Atendimento		Somatório da pontuação dos subquestos = pontos 15 pontos
SUBQUESTOS	I. Clientes	03 pontos
	II. Profissionais	06 pontos
	III. Infraestrutura	02 pontos
	IV. Sistemática de Atendimento	01 pontos
	V. Informações de Marketing	03 pontos
3. Repertório		10 pontos
4. Relatos de Soluções de Problemas Comunicação de		10 pontos
<b>PONTUAÇÃO TOTAL</b>		<b>100 pontos</b>

12.3.2.1. Se a licitante apresentar quantidades inferiores às estabelecidas nos subitens 11.8.1 e 11.10 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 no subitem 12.3.2 deste Edital.

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

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

12.3.4.1. 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.

12.4. Será desclassificada a Proposta Técnica que incorrer em qualquer uma das situações abaixo descritas:

- 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, 75 (setenta e cinco) pontos;
- c) Obter pontuação zero em qualquer um dos quesitos ou subquesitos.

12.4.1. Poderá ser desclassificada a Proposta Técnica que não atender às demais exigências do presente Edital, a depender da gravidade da ocorrência observado o disposto no subitem 20.14 deste Edital.

12.5. 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.

12.5.1. Será classificada em primeiro lugar, na fase de julgamento da Proposta Técnica, a licitante que obtiver a maior nota.

12.5.2. Em caso de empate será considerada como classificada em primeiro lugar a licitante que tiver obtido a maior pontuação, no quesito 1 (Plano de Comunicação Publicitária), no todo, persistindo, porém o empate será observado quem obtiver a maior pontuação nos subquesitos, sucessivamente: III- Ideia Criativa e peças, II Estratégia de Comunicação Publicitária, IV - Estratégia de Mídia e Não Mídia, I – Raciocínio básico.

12.5.2.1. Persistindo o empate, a decisão será feita por sorteio em ato público marcado pela Comissão de Licitação, cuja data será divulgada no dia da sessão de julgamento das propostas técnicas o qual serão convidadas todas as licitantes.

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

#### Envelope nº 4

13.1. No Invólucro nº 4 deverá estar acondicionado a Proposta de Preços das licitantes.

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

**Envelope nº 4**

Proposta de Preços

Nome empresarial e CNPJ da licitante

Concorrência nº 01 / 2022/ Associação Mato-grossense dos Municípios.

13.1.2. 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.

**14. DA APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇOS.**

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

14.2. Os quesitos a serem valorados pelas licitantes são os integrantes do subitem 1.1 do Modelo de Proposta de Preços, que constitui o Anexo IV deste Edital, ressalvado que, nos termos do §1º do art. 46 da Lei nº 8.666/1993, não serão aceitos:

I. Percentual de honorários superior a 1% (um por cento), incidente sobre os preços de bens e de serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da agência, referentes:

a) À renovação do direito de autor e conexos e aos cachês, na reutilização de peça ou material publicitário, exclusivamente quando a distribuição/veiculação da peça ou material não proporcione às licitantes o desconto de agência concedido pelos veículos de comunicação e divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;

b) Ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento relacionados diretamente a determinada ação publicitária, exceto no tocante a pesquisas de pré-teste realizadas a suas expensas; e

c) A reimpressão de peças publicitárias. Entende-se por reimpressão a nova tiragem de peça publicitária que não apresente modificações no conteúdo ou na apresentação, em relação à edição anterior, exceto eventuais correções tipográficas ou pequenas atualizações de marcas e datas;

II. Percentual de honorários superior a 2% (dois por cento), incidente sobre os preços de bens e de serviços especializados prestados por fornecedores, com

a intermediação e supervisão da agência, referentes à produção e à execução técnica de peça ou material cuja distribuição/veiculação não proporcione às licitantes o desconto de agência concedido pelos veículos de comunicação e divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;

III. Percentual de honorários superior a 15% (quinze por cento), incidentes sobre o volume do investimento aplicado na distribuição de peças por meio de formas inovadoras em plataformas digitais, em consonância com novas tecnologias, visando à expansão das mensagens e das ações publicitárias, referentes aos serviços prestados pelas licitantes, na intermediação, supervisão, monitoramento de performance e otimização dessa distribuição que não lhes proporciona o desconto de agência, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;

IV. Percentual de honorários superior a 1,5% (um e meio por cento), incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da licitante, referentes à criação e ao desenvolvimento de outras formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, não enquadradas no inciso anterior, visando à expansão das mensagens e das ações publicitárias, cuja execução não proporcione às licitantes o desconto de agência concedido pelos veículos de comunicação e divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965; e

V. Percentual de repasse a Associação Mato-grossense dos Municípios inferior a 3% (três por cento), correspondente à parcela do desconto-padrão concedido pelos veículos de comunicação e divulgação à licitante, referente à compra de tempo e espaço, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965.

14.2.1. Os honorários de remuneração de que trata o inciso III do subitem anterior, não estão vinculados à serviços externos prestados por fornecedores especializados, nem correspondem ao desconto-padrão não pago pelas plataformas digitais, mas visam remunerar devidamente as licitantes pela intermediação, supervisão, monitoramento de *performance* e otimização da distribuição de peças publicitárias por meio de plataformas digitais.

14.2.1.1. Na gestão dos investimentos destinados para distribuição das peças publicitárias de uma campanha em plataformas digitais, a remuneração da contratada, prevista no inciso III do subitem 14.2, deverá incidir sobre o valor aplicado na plataforma, de modo que o somatório do valor autorizado para essas empresas com o dos referidos honorários não supere o total de investimento proposto pela contratada para essa distribuição.

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

14.3.1. O prazo de validade da Proposta de Preços deverá ser de 60 (sessenta) dias corridos, contados de sua apresentação.

**15. DO JULGAMENTO DAS PROPOSTAS DE PREÇOS.**

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

15.1.1. Será desclassificada a Proposta de Preços que não atender as condições estabelecidas no subitem 14.2 deste Edital ou que contiver qualquer condicionante para a entrega dos bens e serviços.

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

15.2. Será considerada a Proposta de menor preço a que contiver, simultaneamente, os menores percentuais de honorários para os incisos I, II, III e IV e o maior percentual de desconto para o inciso V, todos do subitem 14.2 deste Edital.

15.3. Se as licitantes mais bem classificadas no julgamento técnico não tiverem apresentado a Proposta de menor preço, nos termos estabelecidos nos subitens 15.2, a Comissão de Licitação deverá proceder com elas a negociação de que trata o inciso II, §1º do art. 46 da Lei nº 8.666/1993.

15.3.1. A negociação disposta no subitem anterior, terá como referência os menores percentuais apresentados para os incisos I, II, III e IV e o maior percentual de desconto para o inciso V, independentemente de estarem na mesma proposta.

15.3.2. No caso de insucesso nessa negociação com a licitante mais bem classificada no julgamento técnico, procedimento idêntico será adotado pela Comissão de Licitação, sucessivamente, com as demais licitantes, pela ordem de classificação, até a consecução de acordo para as contratações previstas no presente certame, em observância ao inciso III do §1º do art. 46 da lei nº 8.666/1993.

**15.4. A licitante que não concordar em negociar sua Proposta de Preço perderá o direito à contratação, não lhe cabendo nenhum tipo de indenização.**

**16. DO JULGAMENTO FINAL DAS PROPOSTAS TÉCNICAS E DE PREÇOS.**

16.1. O julgamento final das Propostas Técnica e de Preços desta Concorrência será feito de acordo com o rito previsto na Lei nº 8.666/1993 para o tipo **Melhor Técnica.**



16.2. Será considerada vencedora do julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços a licitante que:

- a) tenham sido mais bem classificadas no julgamento da Proposta Técnica; **e**
- b) **tenha apresentado a Proposta de menor preço ou concordado em praticá-lo a partir da negociação prevista** no subitem 15.3, tendo como referência o procedimento previsto no inciso II, §1º do art. 46 da Lei nº 8.666/1993, nos termos estabelecidos no item 15 deste Edital.

## **17. DA ENTREGA DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO.**

17.1. Os Documentos de Habilitação deverão ser entregues à Comissão Permanente de Licitação pela licitante classificada 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.

17.1.1. A licitante classificada que não apresentar os Documentos de Habilitação na referida sessão será alijada do certame.

17.1.2. Os Documentos deverão estar acondicionados no Envelope nº 5, que deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

Envelope nº 5

<b>Invólucro nº 5</b>
-----------------------

Documentos de Habilitação
---------------------------

Nome empresarial e CNPJ da licitante
--------------------------------------

Concorrência nº 01 / 2022 – Associação Mato-grossense dos Municípios.
---

17.1.3. 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.

## **18. DA APRESENTAÇÃO DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO.**

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

I - Em via original; ou

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

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



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

18.1.1. Os Documentos de Habilitação deverão ser acondicionados em caderno específico, com suas páginas numeradas sequencialmente, na ordem em que figuram neste Edital.

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

18.2. Para se habilitar, a licitante deverá apresentar a documentação, na forma prevista dos subitens a seguir:

18.2.1. 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 licitação;

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 empresarial, em caso de empresa individual.

18.2.2. 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 licitação;

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.

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

18.2.2.2. Serão aceitas certidões positivas com efeito de negativa.

18.2.2.3. **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.

#### 18.2.3. Qualificação Técnica:

a) 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;

a1) o certificado de qualificação técnica de funcionamento emitido para a matriz da agência valerá para a filial;

a2) o documento obtido no site do CENP ou da entidade equivalente terá sua validade verificada pela Comissão Permanente de Licitação.

b) Declaração emitida pelo licitante de que recebeu os documentos e de que tomou conhecimento de todas as informações e das condições locais para o cumprimento das obrigações objeto da licitação (Anexo V);

b1) Declaração de submissão à fiscalização e ao controle técnico da Câmara ou a quem está expressamente indicar (Anexo VIII).

b2) Declaração expressa de que aceita a descontar as multas eventualmente aplicadas pela Câmara dos créditos a receber decorrente das obrigações contratuais, caso for vencedora da presente licitação, além de outras penalidades previstas em lei (Anexo IX).

c) 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, representados, no mínimo, pelas atividades descritas no subitem 2.1 deste Edital;

#### 18.2.4. Qualificação Econômico-financeira

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

a1) Caso não conste prazo de validade, será aceita a certidão emitida em até 90 (noventa) dias corridos, antes da data de apresentação dos Documentos de Habilitação;

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

b) Balanço patrimonial e demonstrações contábeis do último exercício social, já exigíveis e apresentados na forma da lei, que comprove a boa situação financeira da licitante, vedada a sua substituição por balancetes ou balanços provisórios, que comprove a boa situação financeira da empresa, podendo ser atualizados por índices oficiais (conforme artigo 31, § 3º, da Lei Nº 8.666/1993).

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

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

b3) o balanço patrimonial deverá estar registrado ou na Junta Comercial ou no Registro Civil das Pessoas Jurídicas, conforme o tipo de empresa da licitante e apresentado de acordo com os incisos de I a III desta alínea, 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 SPED, impressão dos seguintes arquivos gerados pelo referido sistema:

- a) Recibo de entrega de Escrituração Contábil Digital;
- b) Balanço patrimonial e demonstrações contábeis; e
- c) Termo de abertura e encerramento.

18.2.4.1. 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; e
- b) Balanço intermediário, no caso de sociedades com movimentação.

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

- a) Do balanço referido na alínea 'b' do subitem 18.2.4, 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 (>1):

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 referido no subitem 18.2.4.1, 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

18.2.4.3. Os índices de que tratam o subitem 18.2.4.2 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.

18.2.4.4. A licitante que apresentar resultado igual ou menor que 1 (um), no cálculo de quaisquer dos índices referidos na alínea 'a', ou menor que 1 (um), no cálculo do índice referido na alínea 'b', todos do subitem 18.2.4.2, para ser considerada habilitada no quesito Qualificação Econômico-financeira deverá incluir, no Invólucro nº 5, comprovante de que possui, no mínimo, patrimônio líquido equivalente a 1% (um por cento) do valor global estimado da contratação.

18.3. 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.

18.4. A Associação Mato-grossense dos Municípios possui sistema de Cadastro de Fornecedores, podendo ser previamente cadastrados até o segundo dia útil anterior a data da entrega dos documentos;

18.4.1 O Certificado de Registro Cadastral a que se refere o art. 34 da Lei nº 8.666/1993, expedido por órgão ou entidade da Administração Pública, dentro do seu prazo de validade e compatível com o objeto desta Concorrência, substitui apenas os documentos relacionados no subitem 18.2.1 e nas alíneas 'a' e 'b' do subitem 18.2.2. Nesse caso, a licitante se obriga a declarar ao ANUNCIANTE a existência de fatos supervenientes impeditivos de sua habilitação, se e quando ocorrerem. Os demais documentos devem ser apresentados na forma descrita no item 18.1.1.

## **19. DA ANÁLISE DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO.**

19.1. A habilitação consistirá na verificação do atendimento às exigências deste Edital, cabendo a CPL inabilitar, sumariamente, qualquer licitante que não atender às exigências do mesmo, omitir qualquer dos documentos solicitados ou apresentá-los fora do seu prazo de validade.

19.1.1. Caso os documentos apresentados na fase de habilitação não apresentem datas de vencimento, serão estes considerados válidos por 90 (noventa) dias após a data da emissão.

19.1.2. Não será aceito protocolo de entrega em substituição aos documentos requeridos no presente Edital.

19.1.3. Se nenhuma licitante restar habilitada, a Comissão Permanente de Licitação reabrirá a fase de Habilitação, com nova convocação de todas as licitantes classificadas, para reapresentarem os respectivos documentos, no prazo de 08 (oito) dias úteis, em atenção aos princípios da eficiência e da economicidade, mantidas, neste caso, todas as condições preestabelecidas.

## **20. DA COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO E SUBCOMISSÃO TÉCNICA.**

20.1. Esta Concorrência será processada e julgada por Comissão Permanente de Licitação, Portaria nº 052/2022, com exceção da análise e julgamento das Propostas Técnicas.

20.2. As Propostas Técnicas serão analisadas e julgadas por Subcomissão Técnica constituída por 03 (três) membros que sejam formados em Comunicação, Publicidade ou Marketing ou que atuem em uma dessas áreas.

20.2.1. Na composição da Subcomissão Técnica, pelo menos 1/3 (um terço) dos integrantes não terão vínculo funcional ou contratual com a Associação Mato-grossense dos Municípios.

20.3. A escolha dos membros da Subcomissão Técnica dar-se-á por sorteio, em sessão pública, entre nomes de uma relação que terá no mínimo 05 (cinco) integrantes, previamente cadastrados pela Associação Mato-grossense dos Municípios.

20.4. O sorteio será processado pela Comissão Permanente de Licitação de modo a garantir o preenchimento das vagas da Subcomissão Técnica, de acordo com a proporcionalidade de do número de membros que mantenham ou não vínculo com a Associação Mato-grossense dos Municípios.

20.4.1. Serão sorteados mais 01 (um) nomes entre os que restaram para suplentes, caso algum nome seja impugnado, visando o Princípio da Economia Processual, sendo obrigatório que um destes suplentes não mantenha vínculo nem direto, nem indireto com a Associação Mato-grossense dos Municípios.

20.5. A relação prevista no subitem 20.3 deste Edital conterá, separadamente, os nomes dos que mantenham e os dos que não mantenham vínculo com a Associação Mato-grossense dos Municípios.

20.6. Para composição da relação prevista no subitem 20.3, a Comissão Permanente de Licitação deverá solicitar a comprovação dos requisitos de qualificação, dos possíveis membros da Subcomissão Técnica.

20.7. A relação dos nomes referidos no subitem 20.3 será publicada no Diário Oficial do Estado, em prazo não inferior a 10 (dez) dias da data em que será realizada a sessão pública marcada para o sorteio.

20.8. Até 48 (quarenta e oito) horas antes da sessão pública destinada ao sorteio, qualquer interessado poderá impugnar pessoa integrante da relação a que se refere o subitem 20.3, mediante a apresentação à Comissão Permanente de Licitação de justificativa para a exclusão.

20.9. 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.

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

20.11. Será necessário publicar nova relação se o número de membros mantidos depois da impugnação for inferior aos mínimos exigidos nos subitens 20.3 e 20.3.1 deste Edital.

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

20.13. A sessão pública para o sorteio será realizada após a decisão motivada da impugnação, em data previamente designada, garantidos o cumprimento do prazo mínimo previsto no subitem 20.7 e a possibilidade de fiscalização do sorteio por qualquer interessado.

20.14. A Comissão Permanente de Licitação e a Subcomissão Técnica cuidarão para que a interpretação e aplicação das regras estabelecidas neste Edital busquem o atingimento das finalidades da licitação e, conforme o caso, poderão releva aspectos puramente formais nos Documentos de Habilitação e nas Propostas das licitantes, desde que não comprometam a lisura e o caráter competitivo desta licitação e contribuam para assegurar a contratação da proposta mais vantajosa, nos termos do art. 3º, *caput*, da Lei 8.666/1993.



20.14.1. **Os membros da Comissão Permanente de Licitação e da Subcomissão Técnica** assinarão Termo de Responsabilidade, que ficará nos autos do processo desta Concorrência, observados os respectivos modelos:

<b>COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO</b>	
<b><u>TERMO DE RESPONSABILIDADE</u></b>	
1.	Eu, ....., Matrícula nº ....., lotado no ....., integrante da Comissão Permanente de Licitação responsável pelo processamento do presente processo licitatório – Concorrência nº 001/2022 realizado pela Associação Mato-grossense dos Municípios, para a contratação de agência(s) de propaganda, regido pelas Leis nº 12.232/2010 e nº 8.666/1993, comprometo-me a manter o sigilo e a confidencialidade com relação à qualquer informação relacionada ao presente certame, em especial aquelas vinculadas às etapas de Habilitação e de apresentação e julgamento das Propostas Técnicas e de Preços das licitantes, até a sua divulgação e/ou publicação na imprensa oficial.
2.	Comprometo-me, ainda, nos termos da Lei nº 8.666/1993, a:  I – NÃO divulgar ou fazer uso de informações privilegiadas, em proveito próprio ou de terceiros, obtida em razão das atividades exercidas nesta Comissão Permanente de Licitação;  II – NÃO exercer atividade que implique a prestação de serviços ou a manutenção de relação de negócio com pessoa física ou jurídica que tenha interesse na Concorrência em comento;  III – NÃO exercer, direta ou indiretamente, atividade que em razão da sua natureza seja incompatível com as atribuições da Comissão Permanente de Licitação que agora ocupo;



IV – NÃO atuar, ainda que informalmente, como procurador, consultor, assessor ou intermediário de interesses privados, relacionados ao objeto da Concorrência;

V – NÃO praticar ato em benefício de interesse de pessoa jurídica de que eu participe ou ainda meu cônjuge, companheiro ou parentes, consanguíneos ou afins, em linha reta ou colateral, até o terceiro grau, e que possa ser por mim beneficiados ou influir em meus atos nesta Comissão Permanente de Licitação;

VI – NÃO receber presente de quem tenha interesse em minha decisão como membro desta Comissão Permanente de Licitação, fora dos limites e condições estabelecidos em regulamento; e

VII – NÃO prestar serviços, ainda que eventuais, a empresa de comunicação cuja atividade seja contratada pelo ente responsável pela presente contratação.

Data: \_\_\_\_ de \_\_\_\_ de \_\_\_\_

\_\_\_\_ Assinatura Servidor

## **SUBCOMISSÃO TÉCNICA**

### **ORIENTAÇÕES GERAIS**

Esta Licitação para contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agências de propaganda é processada e julgada por Comissão Permanente de Licitação, com exceção da análise e julgamento das Propostas Técnicas.

A Subcomissão Técnica analisará as propostas e informações apresentadas nos Invólucros nº 1 (Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada) e nº 3 (Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação) para julgamento das Propostas Técnicas das licitantes.

A Subcomissão Técnica tem total autonomia na pontuação das propostas técnicas, observadas as disposições estabelecidas no edital, não estando submetida a nenhuma autoridade, interferência ou influência do órgão/entidade contratante ou de origem, nem da Comissão Permanente de Licitação, nas questões relacionadas ao julgamento técnico.

Todos os membros da Subcomissão Técnica participam de forma igualitária, com o mesmo poder de decisão e expressão, independente do cargo/função exercida no órgão contratante ou de origem.

Todas as informações relativas às Propostas Técnicas e ao seu julgamento são de caráter estritamente sigiloso e não devem ser divulgadas pelos integrantes da Subcomissão Técnica, externamente ou internamente no órgão/entidade contratante ou de origem, antes da publicação na imprensa oficial do resultado do julgamento técnico, pela Comissão Especial de Licitação.

**TERMO DE RESPONSABILIDADE**

2. Eu, ....., Matrícula nº ....., vinculada ao ....., integrante da Subcomissão Técnica responsável pelo julgamento técnico do presente processo de Concorrência realizado pela Associação Mato-grossense dos Municípios, para a contratação de agência de propaganda, regido pelas Leis nº 12.232/2010 e nº 8.666/1993, comprometo-me a manter o sigilo e a confidencialidade, com relação às Propostas Técnicas apresentadas pelas licitantes participantes do presente certame e às informações relacionadas ao seu julgamento e pontuações atribuídas aos quesitos e subquesitos analisados.

2. Comprometo-me, ainda, nos termos da Lei nº 12.813/2013 e da Lei nº 8.666/1993, a:

- I – NÃO divulgar ou fazer uso de informações privilegiadas, em proveito próprio ou de terceiro, obtida em razão das atividades exercidas nesta Subcomissão Técnica;
- II – NÃO exercer atividade que implique a prestação de serviços ou a manutenção de relação de negócio com pessoa física ou jurídica que tenha interesse na Concorrência em comento;
- III – NÃO exercer, direta ou indiretamente, atividade que em razão da sua natureza seja incompatível com as atribuições da Subcomissão Técnica que agora ocupo para a análise e julgamento das Propostas Técnicas da Concorrência em comento;
- IV – NÃO atuar, ainda que informalmente, como procurador, consultor, assessor ou intermediário de interesses privados, relacionados ao objeto da Concorrência;
- V – NÃO praticar ato em benefício de interesse de pessoa jurídica de que eu participe ou ainda meu cônjuge, companheiro ou parentes, consanguíneos ou afins, em linha reta ou colateral, até o terceiro grau, e que possa ser por mim beneficiados ou influir em meus atos nesta Subcomissão Técnica;
- VI – NÃO receber presente de quem tenha interesse em minha decisão como membro desta Subcomissão Técnica, fora dos limites e condições estabelecidos em regulamento;
- VII – NÃO prestar serviços, ainda que eventuais, a empresa de comunicação cuja atividade seja contratada pelo ente ao qual estou vinculado, ou responsável pela presente contratação; e
- VIII – NÃO participar, direta ou indiretamente, das sessões públicas desta licitação, realizadas pela Comissão Especial ou Permanente de Licitação.

Data: \_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_.

\_\_\_\_\_  
Assinatura

20.14.2. Os membros da Comissão Permanente 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.

## **21. DA DIVULGAÇÃO DOS ATOS LICITATÓRIOS.**

21.1. A juízo da Comissão Permanente de Licitação, todas as decisões referentes a esta Concorrências poderão ser divulgadas conforme a seguir:

- a) Nas sessões de recebimento e abertura de invólucros;
- b) No Diário Oficial da AMM;
- c) por qualquer outro meio que permita a comprovação inequívoca do recebimento da comunicação pelas licitantes.

## **22. DOS RECURSOS ADMINISTRATIVOS.**

22.1. Eventuais recursos referentes a presente Concorrência deverão ser interpostos no prazo máximo de 05 (cinco) dias úteis a contar da intimação do ato ou da lavratura da ata, em petição escrita dirigida à Comissão Permanente de Licitação e, protocolizada na Associação Mato-grossense dos Municípios, Av. Rubens de Mendonça, 3920 – CPA, no horário das 8h às 12h e as 13:30h as 17:30h.

22.2. Interposto o recurso, o fato serão comunicados às demais licitantes, que poderão impugná-lo no prazo máximo de 05 (cinco) dias úteis.

22.3. Recebida(s) a(s) impugnação(ões), ou esgotado o prazo para tanto, a Comissão Permanente de Licitação poderá reconsiderar a sua decisão, no prazo de 5 (cinco) dias úteis, ou, no mesmo prazo, submeter o recurso, devidamente instruído, e respectiva(s) impugnação(ões) ao Presidente da Associação Mato-grossense dos Municípios, que decidirá em 05 (cinco) dias úteis contados de seu recebimento.

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

22.5. Será franqueada aos interessados, desde a data do início do prazo para interposição de recursos até o seu término, vista ao processo desta Concorrência, em local e horário a ser indicados pela Comissão Permanente de Licitação.

22.6. Os recursos das decisões referentes à habilitação ou inhabilitação de licitante e ao julgamento das Propostas Técnica e de Preços terão efeito suspensivo, podendo a Comissão Permanente de Licitação, motivadamente e se houver interesse da Associação Mato-grossense dos Municípios atribuir efeito suspensivo aos recursos interpostos contra outras decisões.

### **23. DOS PROCEDIMENTOS LICITATÓRIOS.**

23.1. Serão realizadas sessões públicas, observados os procedimentos previstos neste Edital e na legislação, das quais serão lavradas atas circunstanciadas dos atos e fatos dignos de registro, assinadas pelos membros da Comissão Permanente de Licitação e pelos representantes das licitantes presentes.

23.1.1. A participação de representante de qualquer licitante dar-se-á mediante a prévia entrega de documento hábil, conforme estabelecido no subitem 8.1 deste Edital.

23.1.2. Os integrantes da Subcomissão Técnica não poderão participar da sessão de recebimento dos invólucros com as Propostas Técnicas e de Preços.

23.1.3. O julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços e a análise dos Documentos de Habilitação das licitantes classificadas nesse julgamento serão efetuados exclusivamente com base nos critérios especificados no presente Edital.

23.1.4. Qualquer tentativa de licitante influenciar a Comissão Permanente de Licitação ou a Subcomissão Técnica no processo de julgamento das Propostas Técnica e de Preços resultará na sua desclassificação.

23.1.5. Por ocasião da apreciação das Propostas Técnica e de Preços e dos Documentos de Habilitação às vistas das licitantes, não será permitida a retirada de documentos do recinto da sessão pública.

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

23.1.7. A Comissão de Licitação e a Subcomissão Técnica, conforme o caso, poderão, no interesse da Associação Mato-grossense dos Municípios, relevar omissões puramente formais nas Propostas e nos Documentos de Habilitação apresentados pelas licitantes, desde que não comprometam a lisura e o caráter competitivo desta Concorrência e possam ser sanadas no prazo a ser fixado pela Comissão de Licitação.

#### **Primeira Sessão**

23.2. A primeira sessão pública será realizada no dia, hora e local previstos no subitem 9.2 e terá a seguinte pauta inicial:

- a) Identificar os representantes das licitantes, por meio do documento exigido no subitem 8.1 deste Edital;
- b) Receber os Envelopes **nº 1** (Plano de Comunicação Publicitária via não identificada), **nº 2** (Plano de Comunicação Publicitária via identificada), **nº 3** (Documentos relativos a Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação) e **nº 4** (Proposta de Preço);
- c) Conferir se esses Envelopes estão em conformidade com as disposições deste Edital.

23.2.1. O Envelope nº 1, com a via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária, só será recebido pela Comissão de Licitação se:

- a) Não estiver identificado; e
- b) Não apresentar: marca, sinal, etiqueta ou outro elemento que possibilite a identificação da licitante antes da abertura do Envelope nº 2; e
- c) Não estiver danificado ou deformado de modo a possibilitar a identificação da licitante antes da abertura do Envelope nº 2.

23.2.2. Ante a ocorrência de qualquer das hipóteses previstas nas alíneas 'a', 'b' e 'c' acima, a Comissão de Licitação **não receberá o Envelope nº 1, o que também a impedirá de receber os demais Envelopes da mesma licitante.**

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

- a) Rubricar, no fecho, **sem abri-los**, os Envelopes nº 2 e nº 4, que permanecerão fechados sob a guarda e responsabilidade da Comissão Permanente de Licitação e, separá-los dos Invólucros nº 1 e nº 3;
- b) **Retirar** o conteúdo do Invólucro nº 1
- c) **Abrir os Invólucros nº 3** e rubricar seu conteúdo;
- d) Colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame e rubrica, os documentos constantes dos Invólucros nº 1 e nº 3; e
- e) informar que as licitantes serão convocadas para a próxima sessão na forma do item 21 deste Edital.

23.2.3.1. A Comissão de Licitação, antes do procedimento previsto na alínea 'b' do subitem 23.2.3, adotará medidas para evitar que seus membros ou os representantes das licitantes possam, ainda que acidentalmente, identificar a autoria de algum Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada.

23.2.3.2. Antes de serem abertos para rubrica dos conteúdos pelos presentes na primeira sessão, os invólucros nº 1, com o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, devem ser misturados, de modo que não possam ser vinculados aos respectivos autores, considerada a ordem sequencial de sua entrega à Comissão Especial de Licitação.

23.2.4. Se, ao examinar o **conteúdo** do Envelope nº 1 e nº 3 a Comissão 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 de Licitação desclassificará a licitante e **ficará de posse de todos os seus Envelopes** até que expire o prazo para recursos relativos a essa fase.

23.2.5. A Comissão de Licitação não lançará nenhum código, sinal ou marca nos Envelopes nº 1 nem nos documentos que compõem a via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária, à exceção das rubricas mencionadas na alínea 'b' do subitem 23.2.3 acima.

23.2.6. Abertos os Envelopes nº 1 e nº 3, as licitantes não poderão desistir de suas Propostas, a não ser por motivo justo, decorrente de fato superveniente, e aceito pela Comissão Permanente de Licitação.

23.2.7. Se houver desistência expressa de todas as licitantes do direito de recorrer em relação às decisões tomadas pela Comissão de Licitação na primeira sessão, os procedimentos de licitação terão continuidade em conformidade com o previsto no subitem 23.2.8 e seguintes. Caso contrário a Comissão de Licitação divulgará o resultado, abrindo-se o prazo para recursos, conforme o item 22 deste Edital.

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

- a) Encaminhamento, pela Comissão de Licitação à Subcomissão Técnica, dos Envelopes nº 1, com as vias não identificadas do Plano de Comunicação Publicitária;
- b) Análise individualizada e julgamento, pela Subcomissão Técnica, das vias **não identificadas** do Plano de Comunicação Publicitária, de acordo com os critérios especificados neste Edital e anexos;
- c) Elaboração e encaminhamento, pela Subcomissão Técnica à Comissão 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;

- d) Somente após ter recebido o Invólucro nº 01, já com os Planos de Comunicação Publicitária julgados pela Subcomissão Técnica é que a Comissão Permanente enviará à Subcomissão Técnica o Invólucro nº 03 (Capacidade de Atendimento, Repertório e os Relatos de Soluções de Problemas e Comunicação);
- e) A Subcomissão Técnica analisará e julgará o conteúdo do Invólucro nº 03 de acordo com os critérios estabelecidos neste edital e devolverá à Comissão Permanente de Licitação, com a ata de julgamento, planilha com as pontuações e justificativas escritas das razões que as fundamentaram, caso a caso.

23.2.8.1. Se alguma Proposta Técnica for desclassificada com base nas alíneas 'b' e 'c' do subitem 12.4, a pontuação atribuída pela Subcomissão Técnica a cada quesito ou subquesito dessa Proposta será lançada em planilhas que ficarão acondicionadas em envelope fechado e rubricado no fecho pelos membros da referida Subcomissão, até que expire o prazo para recursos relativos a essa fase

23.2.9. A planilha prevista na alínea 'c' e "e" do subitem 23.2.8 conterá, respectivamente, as pontuações de cada membro para cada subquesito do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, a pontuação, de cada membro, para cada subquesito da Capacidade de Atendimento e as pontuações para o quesito do Repertório e dos Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, de cada licitante.

#### **23.2.10. DO PROCEDIMENTO PARA ENTREGA DOS ENVELOPES Nº 1, COM AS VIAS NÃO IDENTIFICADAS DO PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA PARA SUBCOMISSÃO TÉCNICA.**

23.2.10.1. Os integrantes da subcomissão técnica **NÃO PODERÃO** participar da primeira sessão de recebimento e abertura dos invólucros com as propostas técnicas e de preços.

23.2.10.2. A subcomissão técnica em dia marcado ficará reunida em sala reservada para análise e julgamento, equipada com materiais necessários para viabilizar os trabalhos.

23.2.10.3. Sob pena de macular o certame será permitida a presença nesta sala, apenas do Controlador Interno da Casa e, de um técnico de informática, que será designado no dia, para ficar à disposição, caso haja algum problema nos equipamentos de informática a serem utilizados pela Subcomissão.

23.2.10.4. O técnico de informática apenas solucionará problemas nos equipamentos da Câmara destinados ao trabalho da subcomissão. Não lhe sendo permitido, sob hipótese alguma, analisar ou emitir parecer, acerca dos documentos constantes no envelope nº 1, com as vias não identificadas do Plano de Comunicação Publicitária.



23.2.10.5. Após o recebimento dos envelopes nº 1, com as vias não identificadas, a subcomissão técnica, procederá com a análise e julgamento, entregando a planilha com as pontuações e de justificativa escrita das razões que as fundamentaram a atribuição da nota e, a ata de julgamento dos Planos de Comunicação Publicitária, preferencialmente, no mesmo dia.

23.2.10.6. A análise individualizada e julgamento pela Subcomissão Técnica, das vias não identificadas do Plano de Comunicação Publicitária, seguirão os critérios especificados neste Edital;

23.2.10.7. Caso ocorram motivos de força maior, impedimentos ou qualquer intempéries que inviabilize a entrega da ata de julgamento dos Planos de Comunicação Publicitária, no mesmo dia, os membros da subcomissão técnica deverão fundamentar suas razões e prosseguir com o julgamento logo que possível.

23.2.10.8. Toda a tramitação e o trabalho de julgamento pela subcomissão técnica poderá ser acompanhado pelo Controlador Interno da Casa.

23.2.10.9. Caso, não haja a desistência expressa de todas as licitantes do direito de recorrer em relação às decisões tomadas pela Comissão de Licitação na primeira sessão ou haja o manifesto interesse em apresentar recursos, a Comissão de Licitação abrirá prazo para a interposição de recursos, conforme este edital.

23.2.10.10. Ocorrendo o disposto no item acima os envelopes nº 1 com a via não identificada ficarão sob posse da comissão de licitação, em que, sob pena de responsabilidades civis, administrativas e penais, ficarão impedidos de divulgar, comentar, mostrar ou praticar qualquer ato capaz de identificar o teor das propostas contidas no envelope, principalmente para membros da subcomissão técnica.

23.2.10.11. Caso ocorra, por qualquer motivo, a divulgação de algum elemento que compõe o plano de comunicação publicitária, por parte de agente do órgão ou entidade responsável pela licitação, e, que seja capaz de identificar a autoria do plano, até a abertura dos invólucros de que trata a alínea *a* do inciso VII do § 4º do art. 11 da lei nº 12.232, implicará a anulação do certame, sem prejuízo da apuração de eventual responsabilidade administrativa, civil ou criminal dos envolvidos na irregularidade.

### **Segunda Sessão**

23.3. A Comissão Permanente de Licitação após receber os Envelopes nº 1 e 3 e respectivas planilhas de julgamento e demais documentos elaborados pela Subcomissão Técnica, convocará as licitantes, na forma do item 21, para participar da segunda sessão pública, com a seguinte pauta básica:

- a) identificar os representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;
- b) abrir os Envelopes nº 2;
- c) cotejar as vias identificadas (Envelopes nº 2) com as vias não identificadas (Envelope nº 1) do Plano de Comunicação Publicitária, para identificação de sua autoria;
- d) elaborar planilha geral com as pontuações atribuídas a cada quesito de cada Proposta Técnica;
- e) Proclamar o resultado do julgamento geral da Proposta Técnica;
- f) Informar que o resultado do julgamento das Propostas Técnicas será publicado na forma do item 21 deste Edital, com a indicação dos proponentes classificados e dos desclassificados, em ordem decrescente de pontuação, 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;

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

### **Terceira Sessão**

23.4. Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, a Comissão Permanente de Licitação convocará as licitantes classificadas no julgamento técnico, na forma do item 21, para participar da terceira sessão pública, com a seguinte pauta básica:

- a) Identificar os representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;
- b) Abrir os Envelopes nº 4, com a Proposta de Preços, cujos documentos serão rubricados pelos membros da Comissão de Licitação e pelos representantes das licitantes presentes;
- c) Colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame, os documentos integrantes dos Envelopes nº 4;
- d) Analisar o cumprimento, pelas licitantes, das exigências deste Edital para a elaboração das Propostas de Preços e julgá-las de acordo com os critérios nele especificados;

- e) Identificar a Proposta de menor preço, nos termos do subitem 15.3 e dar conhecimento sobre ela aos representantes das licitantes presentes;
- f) Declarar vencedoras do julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços, as licitantes que: f1) tenham sido mais bem classificadas no julgamento da Proposta Técnica; e f2) tenham apresentado a Proposta de menor preço ou concordado em praticá-lo, nos termos estabelecidos no item 15 deste Edital.
- g) Informar que o resultado do julgamento da Proposta de Preço e do julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços será publicado na forma do item 21 deste Edital, com a indicação da ordem de classificação, 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.

#### **Quarta Sessão**

23.5. Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, a Comissão de Licitação convocará as licitantes, na forma do item 21 deste Edital, para participar da quarta sessão pública, com a seguinte pauta básica:

- a) Identificar os representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;
- b) Receber e abrir os Envelopes nº 5, cujos documentos serão rubricados pelos membros da Comissão de Licitação e pelos representantes das licitantes presentes;
- c) Analisar a conformidade dos Documentos de Habilitação com as condições estabelecidas neste Edital e na legislação em vigor;
- d) Colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame, os documentos integrantes dos Envelopes nº 5;
- e) informar: e1) o resultado da habilitação; e2) que o resultado da habilitação será publicado na forma do item 21 deste Edital, com a indicação dos proponentes habilitados e inhabilitados, 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; e3) que será publicado na forma do item 21 deste Edital o nome da licitante vencedora desta Concorrência, caso não tenha sido interposto recurso na fase de habilitação, ou tenha havido a sua desistência ou, ainda, tenham sido julgados os recursos interpostos.

**24. DA HOMOLOGAÇÃO E ADJUDICAÇÃO.**

24.1. Não tendo sido interposto recurso na fase de habilitação, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, a Comissão de Licitação enviará o processo para o Presidente da Associação Mato-grossense dos Municípios para Adjudicação e Homologação do resultado desta Concorrência.

24.2. Será vencedora desta Concorrência a Licitante que:

- a) Tenha sido mais bem classificada no julgamento das Propostas Técnicas;
- b) Tenha apresentado a Proposta de menor preço ou concordado em praticá-lo, a partir da negociação prevista no inciso II, §1º do art. 46 da Lei nº 8.666/1993, nos termos estabelecidos no item 15 deste Edital; e
- c) Tenha sido habilitada, observadas as disposições do item 19 deste Edital.

**25. DAS CONDIÇÕES PRÉ-CONTRATUAIS.**

25.1. A licitante vencedora terá o prazo de 05 (cinco) dias, contados a partir da convocação, para assinar o instrumento de contrato, nos moldes da minuta que constitui o Anexo II.

25.1.1. O prazo para assinatura do contrato poderá ser prorrogado, a juízo do ANUNCIANTE, consideradas as justificativas que lhe forem apresentadas pela licitante vencedora.

25.1.1.1. Se a licitante vencedora não comparecer nos prazos estipulados para assinar o contrato, o ANUNCIANTE poderá convocar as licitantes remanescentes, obedecida a ordem de classificação das Propostas Técnicas, para assinar o contrato em igual prazo e nas mesmas condições estabelecidas para a licitante que deixou de assinar o contrato, ou revogar esta Concorrência, independentemente da cominação prevista no art. 81 da Lei nº 8.666/1993.

25.1.2. Para assinatura do contrato, a licitante vencedora deverá apresentar declaração de inexistência de contrato vigente que possa gerar conflito de interesses com as atividades finalísticas do **ANUNCIANTE**, conforme modelo abaixo:

**Declaração de Inexistência de Conflito de Interesses**

A **CONTRATADA**, inscrita no CNPJ sob o nº \_\_/\_\_/\_\_\_\_-x, por intermédio de seu representante legal, Sr....., portador do CPF nº ....., em atendimento ao subitem **25.1.2** do Edital de Licitação nº \_\_/\_\_\_\_ e ao subitem **5.1.29.2** do Contrato nº \_\_/\_\_\_\_, formalizado com a **CONTRATANTE**, declara, sob as penas da lei, em especial o art. 299 do Código Penal Brasileiro que:

I – Não exerce ou não exercerá, direta ou indiretamente, atividade que implique na prestação de serviços ou relação de negócios com pessoa jurídica, durante a vigência do contrato, que tenha objetivos conflitantes com os interesses ou com as atividades finalísticas **da CONTRATANTE**; e

II – Não pratica ou não praticará ato que comprometa o interesse público, em benefício de pessoa física que tenha objetivos conflitante com as atividades finalísticas da **CONTRATANTE**, durante a execução contratual, seja na condição de cônjuge, companheiro ou parente, consanguíneo ou afins, em linha reta ou colateral, até o terceiro grau, dos sócios ou dirigentes da **CONTRATADA**.

[Local], \_\_ de \_\_\_\_ de xxxx

<representante legal da contratada>

25.2. Antes da celebração do contrato, o ANUNCIANTE efetuará consulta ao Cadastro Informativo de Créditos não Quitados do Setor Público Federal (CADIN), conforme disposto no inciso III do art. 6º da Lei nº 10.522/2002, ao Cadastro Nacional de Empresas Inidôneas e Suspensas (CEIS), no Portal da Transparência mantido pela Controladoria Geral da União - CGU, e ao Cadastro Nacional de Condenações Cíveis por Ato de Improbidade Administrativa, disponível no Portal do Conselho Nacional de Justiça - CNJ, em harmonia com o disposto no Acórdão nº 1793/2011-Plenário, do Tribunal de Contas da União.

25.3. O contrato para a execução dos serviços objeto deste Edital terá duração de 12 (doze) meses, contados a partir do dia da sua assinatura, podendo ser prorrogado nos termos da Cláusula Terceira da Minuta de Contrato (Anexo II).

25.4. O ANUNCIANTE poderá rescindir, a qualquer tempo, o contrato que vier a ser assinado, independentemente de interpelação judicial ou extrajudicial, conforme disposto na Cláusula Décima Quarta da Minuta de Contrato (Anexo II).

25.5. A contratada se obriga a manter, durante toda a execução do contrato, as condições de qualificação e habilitação exigidas nesta licitação, incluída a certificação de qualificação técnica de funcionamento de que tratam o § 1º do art. 4º da Lei nº 12.232/2010.

25.6. Integrarão o contrato a ser firmado, independentemente de transcrição, as condições estabelecidas neste Edital, os elementos apresentados pela licitante vencedora que tenha servido de base para o julgamento desta Concorrência e a Proposta de menor preço.

25.7. À contratada poderão ser aplicadas as sanções e penalidades previstas na Lei nº 8.666/1993 e no contrato a ser firmado entre as partes.

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

25.9. Obriga-se também a contratada por quaisquer responsabilidades decorrentes de ações judiciais, inclusive trabalhistas, que lhe venham a ser atribuídas por força de lei, relacionadas com o cumprimento do presente Edital e do contrato que vier a ser assinado.

25.10. A contratada, independentemente de solicitação, deverá prestar esclarecimentos à Associação Mato-grossense dos Municípios sobre eventuais atos ou fatos desabonadores noticiados que a envolvam.

25.11. É vedado à contratada caucionar ou utilizar o contrato resultante da presente licitação para qualquer operação financeira.

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

26.1. As obrigações da contratada e do CONTRATANTE, vinculadas à execução do contrato a ser firmado em decorrência do presente certame, estão estabelecidas nas Cláusulas Quinta e Sexta da Minuta de Contrato (Anexo II) deste Edital.

## **27. DA FISCALIZAÇÃO.**

27.1 O ANUNCIANTE nomeará gestor e fiscal, titular e substituto, para acompanhar e fiscalizar a execução do contrato resultante desta Concorrência e registrar em relatório todas as ocorrências, deficiências, irregularidades ou falhas porventura observadas na execução dos serviços e terão poderes, entre outros, para notificar a contratada, objetivando sua imediata correção, nos termos da Cláusula Sétima da Minuta de Contrato (Anexo II).

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

27.2.1. Além das atribuições previstas neste contrato e na legislação aplicável, caberá ao Gestor verificar o cumprimento das cláusulas contratuais relativas

aos honorários devidos à CONTRATADA e às condições de contratação de fornecedores de serviços especializados pela CONTRATADA.

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

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

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

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

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

27.2.1.7. A ausência de comunicação por parte da CONTRATANTE, referente a irregularidade ou falhas, não exime a CONTRATADA das responsabilidades determinadas no contrato.

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

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

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

## **28. DO PAGAMENTOS**

28.1. A contraprestação à contratada, pelos serviços prestados, será feita nos termos das Cláusulas Oitava do Contrato (Anexo II), consoante os preços estabelecidos na Proposta de menor preço, observado o item 15 deste Edital.

28.2. A forma e as condições de pagamento são as constantes da Minuta de Contrato (Anexo II).



**29. DAS SANÇÕES ADMINISTRATIVAS.**

29.1. Será aplicada à licitante vencedora multa compensatória de até 1% (um por cento), calculada sobre a estimativa de despesas prevista no subitem 3.1, independentemente de outras sanções e penalidades previstas na Lei nº 8.666/1993, diante das seguintes ocorrências:

- a) Recusa injustificada em assinar o termo de contrato, no prazo estipulado; e
- b) Não manutenção das condições de habilitação e qualificação, a ponto de inviabilizar a contratação.

29.1.1. O disposto no subitem precedente não se aplica à licitante convocada na forma do subitem 25.1.1.1 deste Edital.

29.2. O descumprimento total ou parcial das obrigações assumidas pela contratada, sem justificativa aceita pelo ANUNCIANTE, resguardados os preceitos legais pertinentes, poderá acarretar as sanções previstas em lei e no contrato a ser firmado entre as partes, nos termos da Cláusula Décima Terceira da Minuta de Contrato (Anexo II).

29.3. Poderá a Administração considerar inexecução total ou parcial do contrato, para imposição da penalidade pertinente, o atraso superior a 10 (dez) dias corridos do indicado para o início dos serviços.

29.5. A Administração, para imposição das sanções, analisará as circunstâncias do caso e as justificativas apresentadas pela contratada, sendo-lhe assegurada a ampla defesa e o contraditório.

29.6. Independentemente das sanções previstas no subitem 29.1 deste Edital, a licitante não poderá compactuar com as seguintes práticas:

- a) Corrupção: oferecer, dar, receber ou solicitar, direta ou indiretamente, qualquer vantagem com o objetivo de influenciar a ação de servidor público no processo de licitação;
- b) Fraude: falsificar ou omitir fatos, com o objetivo de influenciar o processo de licitação;
- c) Conluio: esquematizar ou estabelecer um acordo entre dois ou mais licitantes, com ou sem o conhecimento de representantes da licitante, visando estabelecer preços em níveis artificiais e não-competitivos;
- d) Coerção: causar ameaçar ou dano, direta ou indiretamente, às pessoas ou sua propriedade, visando influenciar sua participação no procedimento licitatório;

- e) Obstrução: causar os atos de que tratam as alíneas 'a', 'b', 'c' e 'd' e atos com a intenção de impedir materialmente o exercício do direito de o organismo financeiro multilateral promover inspeção.

### **30. DAS DISPOSIÇÕES FINAIS.**

30.1. É facultada à Comissão Permanente 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.

30.2. A Comissão de Licitação, por solicitação expressa da Subcomissão Técnica, poderá proceder à vistoria das instalações e da aparelhagem que as agências classificadas no julgamento das Propostas Técnicas disponibilizarão para a realização dos serviços objeto desta licitação.

30.3. A Comissão Permanente 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, nas situações previstas nos subitens 30.1 e 30.2 deste Edital.

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

30.4.1. Se ocorrer desclassificação ou inabilitação da licitante vencedora, por fatos referidos no subitem precedente, o ANUNCIANTE poderá convocar as licitantes remanescentes, obedecida a ordem de classificação das Propostas Técnicas ou revogar esta Concorrência.

30.5. 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 ANUNCIANTE 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.

30.6. A Comissão de Licitação poderá, no interesse da Associação Mato-grossense dos Municípios, relevar omissões puramente formais nos Documentos e Propostas apresentados pelas licitantes, desde que não comprometam a lisura e o caráter competitivo desta Concorrência e possam ser sanadas no prazo a ser fixado pela Comissão de Licitação.

30.7. 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.

30.8. Se houver indícios de conluio entre as licitantes ou de qualquer outro ato de má-fé, o ANUNCIANTE comunicará os fatos verificados ao Ministério Público Estadual, para as providências devidas.

30.9. 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.

30.10. Mediante parecer escrito e devidamente fundamentado, esta Concorrências 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.

30.10.1. 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.

30.10.2. O ANUNCIANTE 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.

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

30.12. As questões suscitadas por este Edital que não possam ser dirimidas administrativamente serão processadas e julgadas no foro da cidade de Cuiabá - MT, com a exclusão de qualquer outro, por mais privilegiado que seja.

30.13. Integram este Edital os seguintes Anexos:

- a) Anexo I: Briefing;
- b) Anexo II: Minuta de Contrato;
- c) Anexo III: Modelo de Procuração;
- d) Anexo IV: Modelo de Proposta de Preços;

- e) Anexo V: Declaração de Sujeição e de Conhecimento das Obrigações.
- f) Anexo VI: Declaração de que Não Emprega Menor de Dezoito Anos em Trabalho Noturno, Perigoso ou Insalubre e não Emprega Menor de Dezesesseis Anos.
- g) Anexo VII: Declaração de Recebimento dos Documentos
- h) Anexo VIII: Declaração de Submissão à Fiscalização;
- i) Anexo IX: Declaração de que Aceita a Descontar as Multas;
- j) Anexo X: Declaração Complementares
- k) Anexo XI: Declaração de Inexistência de Conflito de Interesses

Cuiabá - MT, 13 de outubro de 2022.

Fábio Albuquerque da Silva  
Presidente da Comissão Permanente de Licitação.  
Portaria nº **052/2022**

## **ANEXO I PROJETO BÁSICO BRIEFING**

### **O QUE DEVE SER FEITO?**

Criar uma campanha institucional com alcance estadual para fortalecer e fixar a imagem da AMM em todas as regiões de Mato Grosso procurando atingir o maior número de pessoas.

### **INTRODUÇÃO**

Este "briefing" contém informações básicas destinadas a orientar as Agências de Propaganda, participantes da CONCORRÊNCIA PÚBLICA nº 001/2022 - Técnica e Preço, que a Associação Mato-grossense dos Municípios realizará.

### **BRIEFING**

A Associação Mato-grossense dos Municípios-AMM, fundada em 4 de maio de 1983, surgiu da necessidade de congregar e defender os interesses dos municípios, representar o poder público municipal junto às esferas de governo e demais poderes, além de oferecer serviços técnicos a todas as prefeituras para o fortalecimento do municipalismo.

A AMM investiu na infraestrutura e na preparação das equipes para aprimorar a prestação de serviços. Na sua estrutura organizacional, está a Coordenação Geral que trabalha de forma integrada à presidência, e realiza o

acompanhamento das atividades desenvolvidas pelas Gerências: Técnica Operacional, Apoio aos Municípios, Consultoria Contábil, além da Comunicação, Capacitação e Eventos. Acompanha as decisões em relação aos interesses dos municípios de Mato Grosso.

A área técnica e contábil informa as prefeituras sobre a arrecadação das receitas e outros tributos da União e do Governo do Estado. Presta serviços nas áreas: Orçamentária, Financeira, Patrimonial Custo e Gestão Administrativa. Elabora pareceres, comunicados sobre a Contabilidade Aplicada ao Setor Público.

Acompanha as apreciações e os julgamentos de contas municipais junto ao Tribunal de Contas do Estado. Elabora defesa de prestação de contas, representa a AMM junto aos órgãos de controle e em conselhos estaduais.

Em relação ao apoio aos municípios, são acompanhadas as certidões junto aos órgãos federais, além do levantamento de pendências junto sistemas de convênios e Plataformas. AMM oferece a capacitação em diferentes áreas para os técnicos e os gestores municipais com cursos online e presenciais como oficinas, seminários workshop, e outros eventos.

A Coordenação Jurídica defende os interesses da AMM e dos municípios em juízo ou fora dele. Emite pareceres, elabora leis e decretos, cartilhas, atas, contratos, defesas administrativas, interposição de recursos e outras ações. Além de audiências, busca solução de pendências nos órgãos federais e estaduais.

A Coordenação de Projetos elabora projetos de engenharia e arquitetura que visam a captação de recursos para a execução de obras nos municípios. São projetos nas áreas de Saúde, Educação, Social,

Infraestrutura Urbana, Saneamento, Iluminação, Meio Ambiente, Esporte, Lazer, Turismo, Agroindústria, entre outros. As equipes visitam os municípios e elaboram os projetos, atendendo as solicitações dos gestores municipais.

A Coordenação Administrativa e Financeira acompanha as atividades desenvolvidas pelos setores de Contabilidade, Administrativo, Recursos Humanos, Licitação, Compras, Frota, Manutenção, Patrimônio, Almoxarifado e Informática. Orienta as demais coordenações sobre as diretrizes do regimento interno. Coordena a receita, fornecedores, folha funcional e encargos, além do controle interno, que atua na organização de unidades da estrutura administrativa da AMM.

O Jornal Oficial dos Municípios divulga os atos oficiais, como leis, decretos, portarias, balanços, editais, extratos de contrato, resultados de licitação, entre outros documentos. O serviço é prestado às Câmaras Municipais e aos Consórcios de Saúde e de Desenvolvimento Econômico. As publicações geram economia significativa para as prefeituras.

#### **OBJETIVOS DE COMUNICAÇÃO:**

Os licitantes terão como desafio a elaboração de Plano de Comunicação baseado nesses tópicos abaixo:

- Melhorar a imagem da AMM junto ao seu público-alvo
- Elaborar uma campanha publicitária com foco nos objetivos e serviços da AMM
- Fortalecer o conceito da instituição que oferece muitos benefícios para os municípios se desenvolverem beneficiando sua população
- Posicionar a AMM como uma instituição de grande valor para o desenvolvimento do Estado de Mato Grosso

**PÚBLICO-ALVO:**

- Homens e mulheres acima de 18 anos
- As ações de comunicação devem chegar a toda a população de Mato Grosso ou sua maioria, independentemente de idade ou gênero.
- A campanha também deve atingir todos os municípios afiliados a AMM e também aqueles que ainda não são afiliados a instituição.

**PEÇAS:**

Serão observados quesitos como: quantidade e criatividade do discurso, avaliados de acordo com a estratégia da campanha sugerida por cada cliente.

a) um VT de 30" (trinta segundos), com apresentação em roteiro impresso em até 1 página no formato A4, respeitando margens e fontes exigidas nesse edital ou Storyboarding impresso em até 1 página no formato A3, este, sem limitação de cores e exigências de fontes ou margens padrão.

b) um Spot de 30" (trinta segundos), com apresentação em roteiro impresso em até 1 página no formato A4, respeitando margens e fontes exigidas nesse edital ou pode ser apresentado no formato monstro gravado em Pendrive, CD ou DVD

c) uma peça para Outdoor, com apresentação em mockup criativo impressa em formato A3 sem limitação de cores.

d) um Banner de Internet, com apresentação em mockup criativo impresso em formato A3 sem limitação de cores.

**VERBA DESTANDA PARA CAMPANHA:**

Devem ser apresentados planos específicos para cada mídia a ser custo total da Campanha que deve abranger todo o Estado de Mato Grosso, incluindo produção e veiculação de mídia: **R\$ 200.000,00 (duzentos mil reais).**

**PLANO DE MÍDIA**

Devem ser apresentados planos específicos para cada mídia a ser utilizada.

**PRAZO PARA DURAÇÃO DA CAMPANHA**

Até 15 (quinze) dias.

**PRACA**

Todo o Estado de Mato Grosso.



**Associação Mato-grossense dos Municípios**

[www.amm.org.br](http://www.amm.org.br) | [ammpresidencia@gmail.com](mailto:ammpresidencia@gmail.com)



**ANEXO II- MINUTA DE CONTRATO**

CONTRATO PARA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE QUE, ENTRE SI, FAZEM A ASSOCIAÇÃO MATO-GROSSENSE DOS MUNICIPIOS E A EMPRESA .....

Contrato nº ...../2022.

A **Associação Mato-grossense dos Municípios - AMM**, doravante denominada de contratante, Pessoa Jurídica de Direito Privado, inscrita no CNPJ/MF sob o nº 00.234.260/0001-21, com sede na Avenida Historiador Rubens de Mendonça, nº 3.920, CPA em Cuiabá-MT, neste ato representado por seu Presidente Sr. **Neurilan Fraga**, portador do CPF nº ..... e RG nº ..... SSP/MT, residente e domiciliado na ..... CEP: ....., ..... - MT, e de outro lado a empresa ....., pessoa jurídica de direito privado, inscrita no CNPJ/MF sob o nº ....., portadora da inscrição estadual de nº ..... situada na Av. .... Bairro ..... Cuiabá-MT, por seu representante legal, Sr. ...., domiciliado à Av. .... tem entre si, justo e acordado por força deste instrumento, o presente CONTRATO, sujeitando-se às normas preconizados na Lei nº 8.666/93 e demais alterações, e no que consta do **Processo Licitatório na modalidade CONCORRÊNCIA PÚBLICA nº 001/2022**, mediante as condições inseridas nas seguintes cláusulas:

As Partes têm justo e acertado o presente contrato, que tem por finalidade estabelecer os direitos e obrigações das partes, tudo de acordo com a Lei Nº 8.666/93 e suas posteriores alterações, aplicando nos casos omissos, o disposto na legislação civil vigente e mediante as cláusulas e condições seguintes:

**CLÁUSULA PRIMEIRA - LEGISLAÇÃO E DOCUMENTOS VINCULADOS**

1.1. O presente contrato reger-se-á pelas disposições da Lei nº 12.232, de 29.04.10, e, de forma complementar, das Leis nº 4.680, de 18.06.65, e nº 8.666, de 21.06.93.

1.2. Independentemente de transcrição, passam a fazer parte deste contrato, e a ele se integram em todas as cláusulas, termos e condições aqui não expressamente alterados, o Edital da Concorrência 001/2022 e seus anexos, bem como a Proposta de Preços negociado.

**CLÁUSULA SEGUNDA - OBJETO**

2.1. O objeto da presente Concorrência é a contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agência de propaganda, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e supervisão da execução externa e a

distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o objetivo de difundir ideias ou informar o público em geral.

2.1.1. Também integram o objeto deste contrato, como atividades complementares, os serviços especializados pertinentes:

- a) ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento, relacionados à execução do contrato, nos termos do artigo 2º, § 1º, I e, artigo 3º da Lei 12.232/2010
- b) à produção e à execução técnica de peças, materiais e projetos publicitários, de mídia e não mídia, criados no âmbito do contrato;
- c) à criação, à implementação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, destinadas a expandir os efeitos das mensagens e das ações publicitárias, em consonância com novas tecnologias.

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

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

2.1.1.2. A contratação dos serviços, elencados no subitem 2.1, tem como objetivo o atendimento ao princípio da publicidade e ao direito à informação, por meio de ações que visam difundir ideias e princípios, posicionar instituições e programas, disseminar iniciativas e políticas públicas, ou informar e orientar o público em geral.

2.1.1.3. O estudo e o planejamento, previstos no subitem 2.1, objetivam subsidiar a proposição estratégica das ações publicitárias, tanto nos meios e veículos de comunicação e 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.

2.1.2. É vedado incluir outros serviços não previstos no subitem 2.1.1, em especial as atividades promoção, de patrocínio e de assessoria de comunicação, imprensa e relações públicas e a realização de eventos festivos de qualquer natureza.

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

2.2. A CONTRATADA atuará por ordem e conta da CONTRATANTE, em conformidade com o art. 3º da Lei nº 4.680/1965, na contratação de fornecedores de serviços especializados, para a execução das atividades complementares de que trata o subitem 2.1.1, e de veículos de divulgação.

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

2.4. À licitante vencedora do presente certame serão requisitados todos os serviços constantes no item 2.1, exceto os que forem produzidos ou executados pelo próprio Órgão Contratante.

### **CLÁUSULA TERCEIRA – VIGÊNCIA**

3.1. O presente contrato terá duração de 12 (doze) meses, contados a partir de sua assinatura.

3.1.1. A CONTRATANTE poderá optar pela prorrogação desse prazo, mediante acordo entre as partes, nos termos do inciso II do art. 57 da Lei nº 8.666/1993.

3.1.2. A prorrogação será instruída mediante avaliação dos preços praticados, a fim de demonstrar a vantajosidade para a Administração, e avaliação de desempenho da CONTRATADA, a ser procedida pela CONTRATANTE, e pela aprovação, a cargo do Poder Legislativo.

### **CLÁUSULA QUARTA - RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS**

4.1. As despesas com o presente contrato, estão estimadas em **R\$ 1.500.000,00 (UM MILHÃO E QUINHENTOS MIL REAIS)**.

4.2. O crédito orçamentário para a execução dos serviços durante o exercício de 2023 está consignado no orçamento da CONTRATANTE na seguinte dotação:

- nº 01.001.01.031.0001.2181.33.90.39.0000 – Outros Serviços de Terceiros – Pessoa Jurídica

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

4.4. Se a CONTRATANTE optar pela prorrogação deste contrato, serão consignadas nos próximos exercícios, na Lei Orçamentária Anual, as dotações necessárias ao atendimento dos pagamentos previstos.

4.5. Na prorrogação, a CONTRATANTE renegociará, se necessário, os percentuais de remuneração praticados com a CONTRATADA, com base em pesquisa de preços, com vistas a obter vantajosidade para a Administração e ou garantir o equilíbrio econômico-financeiro deste contrato.

4.6. A CONTRATANTE poderá, a qualquer tempo, efetuar revisão das formas e dos percentuais de remuneração praticados com a CONTRATADA, em decorrência das mecânicas e referências de mercado.

4.7. No interesse da CONTRATANTE, a CONTRATADA fica obrigada a aceitar os acréscimos ou supressões que se fizerem necessários nos serviços, nas mesmas condições contratuais, até o limite de 25% (vinte e cinco por cento) do valor inicial atualizado do presente contrato, conforme disposto nos §§ 1º e 2º do art. 65 da Lei nº 8.666/1993.

#### **CLÁUSULA QUINTA - OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA**

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

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

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

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

5.1.4. Observar as seguintes condições para o fornecimento de bens ou serviços especializados à CONTRATANTE:

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

II - só apresentar cotações de preços obtidas junto a fornecedores previamente cadastrados pela CONTRATANTE, aptos a fornecerem à CONTRATADA bens ou serviços especializados relacionados com as atividades complementares da execução do objeto deste contrato;

III - apresentar, no mínimo, 3 (três) cotações coletadas entre integrantes do cadastro de fornecedores que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido caso haja 3 (três) empresas para fornecer;

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

V - a cotação deverá ser apresentada no original, em papel timbrado, com a identificação completa do fornecedor (nome, CNPJ ou CPF, endereço, telefone, entre outros dados) e a identificação completa (nome, RG e CPF) e assinatura do responsável;

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

VII- em cada orçamento encaminhado, deve constar a seguinte declaração, assinada pelo empregado da CONTRATADA responsável pela documentação: ***“atestamos que este orçamento e seus anexos foram conferidos e estão de acordo com a especificação técnica aprovada e as exigências contratuais”.***

5.1.5. Quando o fornecimento de bens ou serviços tiver valor superior a 0,5% (cinco décimos por cento) do valor global deste contrato, a CONTRATADA coletará orçamentos de fornecedores em envelopes fechados, que serão abertos em sessão pública, convocada e realizada sob fiscalização da CONTRATANTE, conforme § 2º Art. 14 da Lei 12.232/10.

5.1.6. O fornecimento de bens ou serviços de valor igual ou inferior a 10% (dez por cento) do limite previsto na alínea ‘a’ do inciso II do art. 23 da Lei nº 8.666/1993 está dispensado do procedimento previsto no subitem 5.1.5.

5.1.7. Se não houver possibilidade de obter 3 (três) cotações, a CONTRATADA deverá apresentar as justificativas pertinentes, por escrito, ao Fiscal deste contrato.

5.1.8. As disposições estabelecidas nos subitens 5.1.4 e vinculados não se aplicam à compra de mídia.

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

5.1.9.1. É vedada a cotação prévia de preços para o fornecimento de bens ou de serviços especializados junto a fornecedores em que:

a) um mesmo sócio ou cotista participe de mais de um fornecedor em um mesmo procedimento de cotação; e

b) algum dirigente ou empregado da CONTRATADA tenha participação societária ou vínculo comercial ou de parentesco até o terceiro grau.

5.1.10. Obter a aprovação prévia da CONTRATANTE, por escrito, para autorizar despesas de produção, veiculação e qualquer outra relacionada com este contrato.

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

5.1.10.2. A autorização a que se refere o subitem precedente não exime da CONTRATADA sua responsabilidade pela escolha e inclusão de veículos de comunicação e divulgação ou fornecedores especializados nos planejamentos de mídia e de formas inovadoras de comunicação publicitária por ela apresentados, para as ações a serem executadas durante a vigência deste contrato.

5.1.10.3. Quando da programação de veículo de divulgação on-line, a CONTRATADA obriga-se a providenciar Termo de Conduta, segundo o qual o veículo se responsabiliza pelos seus conteúdos ou de sites parceiros, declarando estar de acordo com os termos do Marco Civil da Internet, de forma a evitar ações publicitárias da CONTRATANTE em veículos de comunicação e divulgação que promovam conteúdo ou atividades ilegais.

5.1.10.4. Quando da programação de veículo de divulgação on-line, a CONTRATADA também cuidará para que não sejam incluídos, no planejamento de mídia, blogs, canais ou plataformas digitais, cujo programa ou conteúdo incite a violência, produza fake news, promova pornografia ou viole direitos fundamentais do cidadão.

5.1.11. Apresentar à CONTRATANTE, para autorização do plano de mídia e/ou do plano de novas formas de publicidade digital de cada ação ou campanha publicitária, o estudo prévio sobre os meios, praças e veículos dos quais será possível e dos quais se revela impossível obter o relatório de checagem de veiculação a cargo de empresa independente, e a(s) justificativa(s) que demonstre(m) tal impossibilidade, com o fim de atender ao disposto no art. 15 da Lei nº 12.232/2010.

5.1.11.1. O estudo de que trata o subitem 5.1.11 deve levar em conta os meios, praças e veículos de comunicação e divulgação habitualmente programados nos esforços de publicidade da CONTRATANTE, com vistas à realização de negociação global entre as partes sobre o que seja oneroso e o que seja suportável para a CONTRATADA.



5.1.12. Encaminhar, sempre que solicitado pela CONTRATANTE, após a produção dos serviços, para constituir o acervo da CONTRATANTE, sem ônus para esta:

- a) TV e Cinema: uma cópia em DVD e um arquivo em mpeg ou arquivos digitais; b) Internet: arquivos digitais;
- b) Rádio: uma cópia em CD, com arquivo áudio e mp3;
- c) Mídia impressa e material publicitário: uma cópia em CD, com arquivos nas versões aberta – com as fontes e imagens em alta resolução – e finalizada.

5.1.12.1. Quando se tratar de campanhas com várias mídias, as peças poderão ser agrupadas em um mesmo DVD com a peça de TV.

5.1.13. Manter, durante o período de, no mínimo, 5 (cinco) anos após a extinção deste contrato, acervo comprobatório da totalidade dos serviços prestados, compreendendo as peças e ou material produzidos, independentemente do disposto no subitem 5.1.12.

5.1.14. Orientar a produção e a impressão das peças gráficas (folhetos, cartazes, mala direta, etc.) aprovadas pela CONTRATANTE.

5.1.14.1. O material a ser utilizado na distribuição só será definido após sua aprovação pela CONTRATANTE e sua reprodução dar-se-á a partir das peças mencionadas no subitem 5.1.12.

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

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

5.1.17. Só divulgar informações acerca da prestação dos serviços objeto deste contrato, que envolva o nome da CONTRATANTE, mediante sua prévia e expressa autorização.

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



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

5.1.20. Manter, durante a execução deste contrato, todas as condições de habilitação exigidas na Concorrência que deu origem a este ajuste, incluída a certificação de qualificação técnica de atendimento de que tratam o art. 4º e seu § 1º da Lei nº 12.232/2010.

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

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

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

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

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

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

5.1.27. Manter, por si, por seus prepostos e contratados, irrestrito e total sigilo sobre quaisquer dados que lhe sejam fornecidos, sobretudo quanto à estratégia de atuação da CONTRATANTE.

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

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

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

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

5.1.31. Responder por qualquer ação judicial movida por terceiros com base na legislação de proteção à propriedade intelectual, direitos de propriedade ou direitos autorais, relacionadas com os serviços objeto deste contrato.

5.1.32. Adotar, na execução dos serviços, boas práticas de sustentabilidade ambiental, de otimização de recursos, de redução de desperdícios e de redução da poluição, conforme disposto no art. 3º da Lei nº 8.666/1993 e

5.1.33. Não tolerar ou compactuar com qualquer comportamento considerado corrupto, como o pagamento e/ou a cooperação com qualquer forma de suborno, a emissão ou aceitação de notas e faturas falsas, dentre outros.

5.1.34. Centralizar o comando da publicidade em Cuiabá/MT, onde, para esse fim, manterá sede, filial, sucursal ou escritório à disposição da CONTRATANTE, para interlocução permanente, com vistas a garantir o fiel cumprimento das exigências vinculadas à prestação dos serviços contratados.

5.1.35. Manter equipe capaz de atuar tempestivamente no atendimento de demandas da CONTRATANTE e na execução das campanhas em desenvolvimento.

5.1.36. Manter, na execução dos serviços objeto deste contrato, a formação e a experiência equivalentes ou superiores àquelas descritas nos currículos dos profissionais apresentados pela CONTRATADA no quesito Capacidade de Atendimento, referentes à sua Proposta Técnica, oriunda da Concorrência que deu origem a este instrumento, para fins de comprovação, pela CONTRATANTE, do nível de qualidade durante a prestação dos serviços.

## **CLÁUSULA SEXTA - OBRIGAÇÕES DA CONTRATANTE**

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

- a) cumprir todos os compromissos financeiros assumidos com a CONTRATADA;
- b) comunicar, por escrito, à CONTRATADA, toda e qualquer orientação acerca dos serviços, excetuados os entendimentos orais determinados pela urgência, que deverão ser confirmados, por escrito, no prazo de 24 (vinte quatro) horas úteis;
- c) fornecer e colocar à disposição da CONTRATADA todos os elementos e informações que se fizerem necessários à execução dos serviços;
- d) proporcionar condições para a boa execução dos serviços;
- e) notificar, formal e tempestivamente, a CONTRATADA sobre as irregularidades observadas no cumprimento deste contrato;
- f) notificar a CONTRATADA, por escrito e com antecedência, sobre multas, penalidades e quaisquer débitos de sua responsabilidade.

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

6.3. A CONTRATANTE comunicará à CONTRATADA por escrito sempre que o ato exigir tal formalidade, admitindo-se, excepcionalmente, o uso de mensagem eletrônica para esse fim.

#### **CLÁUSULA SÉTIMA - FISCALIZAÇÃO E ACEITAÇÃO**

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

7.1.1. Ficará a fiscalização do contrato a cargo de servidor que será nomeado por portaria desta casa de leis, para executar a fiscalização deste contrato e registrar em relatório todas as ocorrências, deficiências, irregularidades ou falhas porventura observadas na execução dos serviços e terão poderes, entre outros, para notificar a CONTRATADA, objetivando sua imediata correção.

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

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

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

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

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

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

7.7. A ausência de comunicação por parte da CONTRATANTE, referente a irregularidade ou falhas, não exime a CONTRATADA das responsabilidades determinadas neste contrato.

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

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

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

7.11. A CONTRATANTE avaliará os serviços prestados pela CONTRATADA, pelo menos, dois meses antes do encerramento de cada período contratual de 12 (doze) meses.

7.11.1. A avaliação será considerada pela CONTRATANTE para:

- a) apurar a necessidade de solicitar correções para melhorar a qualidade do atendimento e dos serviços prestados pela CONTRATADA;
- b) servir de subsídio para fins de prorrogação de vigência ou rescisão contratual;

c) fornecer declarações sobre o desempenho da CONTRATADA, de modo a comprovar a capacitação técnica em licitações, quando solicitado.

7.11.1.1. A avaliação será realizada por Avaliação de Desempenho de Agência de Propaganda, pelas áreas técnicas que possuem relacionamento com a CONTRATADA.

7.11.2. A avaliação de desempenho ficará à disposição dos órgãos de controle interno e externo.

### **CLÁUSULA OITAVA - REMUNERAÇÃO**

8.1. Pelos serviços prestados, a CONTRATADA será remunerada e ressarcida conforme disposto nesta Cláusula.

8.1.1 Honorários de .....% (<percentual por extenso>), incidentes sobre os preços comprovados e previamente autorizados de bens e de serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da CONTRATADA, referentes:

I. à renovação do direito de autor e conexos e aos cachês, na reutilização de peça ou material publicitário, exclusivamente quando a distribuição/veiculação da peça ou material não proporcione à CONTRATADA o desconto de agência concedido pelos veículos de comunicação e divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;

II. ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento relacionados diretamente a determinada ação publicitária, exceto no tocante a pesquisas de pré-teste realizadas a suas expensas; e

III. à reimpressão de peças publicitárias. Entende-se por reimpressão a nova tiragem de peça publicitária que não apresente modificações no conteúdo ou na apresentação, em relação à edição anterior, exceto eventuais correções tipográficas ou pequenas atualizações de marcas e datas.

8.1.2. Honorários de .....% (<percentual por extenso>), incidente sobre os preços de bens e de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peça e material cuja distribuição/veiculação não proporcione à CONTRATADA o desconto de agência concedido pelos veículos de comunicação e divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965.

8.1.3. Honorários de .....% (<percentual por extenso>), incidentes sobre o volume do investimento aplicado na distribuição de peças por meio de formas inovadoras em plataformas digitais, em consonância com novas tecnologias, visando à expansão das mensagens e das ações publicitárias, referentes à intermediação, supervisão, monitoramento de performance e otimização dessa

distribuição feitos pela CONTRATADA, que não lhe proporciona o desconto de agência, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965.

8.1.3.1. Os honorários de remuneração acima dispostos, não estão vinculados à serviços externos prestados por fornecedores especializados, nem correspondem ao descontopadrão não pago pelas plataformas digitais, mas **visam remunerar devidamente a CONTRATADA pela sua intermediação, supervisão, monitoramento de performance e otimização da distribuição de peças publicitárias por meio de plataformas digitais.**

8.1.3.1.1. Na gestão pela CONTRATANTE dos investimentos destinados para distribuição das peças publicitárias de uma campanha em plataformas digitais, a remuneração da CONTRATADA, prevista no subitem 8.1.3, deverá incidir sobre o valor aplicado na plataforma, de modo que o somatório do valor autorizado para essas empresas com o dos referidos honorários não supere o total de investimento proposto pela CONTRATADA para essa distribuição.

8.1.4. Honorários de .....% (<percentual por extenso>), incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da CONTRATADA, referentes à criação e ao desenvolvimento de outras formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, não enquadradas no subitem anterior, visando à expansão das mensagens e das ações publicitárias, cuja execução não lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de comunicação e divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965.

8.1.5. Os honorários de que trata o subitem 8.1.1, 8.1.2, 8.1.3 e 8.1.4 serão calculados sobre o preço efetivamente faturado, a ele não acrescido o valor dos tributos cujo recolhimento seja de competência da CONTRATADA.

8.2. A CONTRATADA não fará jus:

I. ao ressarcimento de custos internos dos serviços por ela executados;

II. a honorários ou a qualquer outra remuneração incidente sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da CONTRATADA, referente à renovação do direito de autor e conexos e aos cachês, na reutilização de peça ou material publicitário, cuja distribuição lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de comunicação e divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;

III. a honorários ou a qualquer outra remuneração incidente sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da CONTRATADA, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material cuja distribuição lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de comunicação e divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;



- IV. a honorários ou a qualquer outra remuneração incidente sobre o volume do investimento aplicado na distribuição de peças por meio de formas inovadoras em plataformas digitais, em consonância com novas tecnologias, visando à expansão das mensagens e das ações publicitárias, referentes aos serviços complementares complexos prestados pela CONTRATADA na intermediação, supervisão, monitoramento de performance e otimização dessa distribuição, quando a plataforma digital lhe proporcione o desconto de agência, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;
- V. a honorários ou a qualquer outra remuneração incidente sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da CONTRATADA, referentes à criação e ao desenvolvimento de outras formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, não enquadradas no inciso anterior, visando à expansão das mensagens e das ações publicitárias, cuja distribuição lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de comunicação e divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;
- VI. a nenhuma remuneração ou desconto de agência quando da utilização, pela CONTRATANTE, de créditos que a esta tenham sido eventualmente concedidos por veículos de comunicação e divulgação, em qualquer ação publicitária pertinente a este contrato;

8.3. As formas e os percentuais de remuneração estabelecidos nesta cláusula poderão ser renegociados, no interesse da CONTRATANTE, a qualquer tempo ou quando da renovação ou da prorrogação deste contrato.

8.4. Despesas com deslocamento de profissionais da CONTRATADA, de seus representantes ou de fornecedores por ela contratados serão de sua exclusiva responsabilidade.

#### **CLÁUSULA NONA - DESCONTO DE AGÊNCIA**

9.1 Além da remuneração prevista na Cláusula Oitava, a CONTRATADA fará jus ao desconto de agência concedido pelos veículos de comunicação, em conformidade com o art. 11 da Lei nº 4.680/1965.

9.1.1 O desconto de que trata o subitem precedente é concedido à CONTRATADA pela concepção, execução e distribuição de publicidade, por ordem e conta da CONTRATANTE, nos termos do art. 19 da Lei nº 12.232/2010.

9.2 A CONTRATADA repassará à CONTRATANTE .....% (<percentual por extenso>) correspondente à parcela do desconto-padrão concedido pelos veículos de divulgação e comunicação, do valor da tabela de preços do veículo de divulgação, já deduzidos os descontos comerciais resultantes de cada negociação, conforme estabelecido no certame que deu origem a este contrato.



**CLÁUSULA DÉCIMA - DIREITOS AUTORAIS**

10.1. A CONTRATADA cede à CONTRATANTE os direitos patrimoniais do autor das ideias (incluídos os estudos, análises e planos), campanhas, peças e materiais publicitários, de sua propriedade, de seus empregados ou prepostos, concebidos e criados em decorrência deste contrato.

10.1.1. O valor dessa cessão é considerado incluído nas modalidades de remuneração definidas nas Cláusulas Oitava e Nona deste contrato.

10.1.2. A CONTRATANTE poderá, a seu juízo, utilizar referidos direitos diretamente ou através de terceiros, durante a vigência deste contrato, sem que lhe caiba qualquer ônus perante a CONTRATADA, seus empregados, prepostos ou fornecedores.

10.1.3. A juízo da CONTRATANTE, as peças criadas pela CONTRATADA poderão ser reutilizadas por outros órgãos ou entidades do Poder Legislativo Municipal, sem que caiba a eles ou à CONTRATANTE qualquer ônus perante a CONTRATADA.

10.1.4. A juízo da CONTRATANTE, as peças criadas pela CONTRATADA poderão ser veiculadas em suas propriedades digitais oficiais, tais como sítios, portais, perfis em redes sociais, aplicativos e serviços acessados por dispositivos eletrônicos, bem como nas propriedades digitais dos órgãos ou entidades do Poder Legislativo Municipal, sem que caiba a terceiros ou à CONTRATANTE qualquer ônus perante a CONTRATADA.

10.2. Com vistas às contratações para a execução de serviços que envolvam direitos de autor e conexos, a CONTRATADA solicitará dos fornecedores orçamentos que prevejam a cessão dos respectivos direitos patrimoniais pelo prazo definido pela CONTRATANTE.

10.3. Qualquer remuneração devida em decorrência da cessão dos direitos patrimoniais de autor e conexos será sempre considerada como já incluída no custo de produção.

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

**CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA - LIQUIDAÇÃO E PAGAMENTO DE DESPESAS**

11.1. Para a liquidação e pagamento de despesa referente aos serviços previamente autorizados pela CONTRATANTE, a CONTRATADA deverá apresentar:

I - a correspondente Nota Fiscal, que será emitida sem rasura, em letra bem legível, em nome do CONTRATANTE, CNPJ nº ....., da qual constará o número deste contrato; II. o documento fiscal do fornecedor de bens e de serviços especializados, que será emitido em nome da CONTRATANTE;

II - o documento fiscal ou faturado veículo de divulgação, que será emitido em nome da CONTRATANTE; e

III. o(s) documento(s) de comprovação da veiculação, da execução dos serviços e, quando for o caso, da sua entrega.

11.2. A CONTRATANTE pagará à CONTRATADA o valor dos serviços aprovados nos termos da cláusula oitava, até 10 (dez) dias úteis do mês seguinte ao da veiculação, mediante a apresentação de comprovante de realização dos serviços, e mediante emissão do Termo de Recebimento dos Serviços do respectivo período.

11.3. Caso se constate erro ou irregularidade na documentação de cobrança, a CONTRATANTE, a seu juízo, poderá devolvê-la, para as devidas correções, ou aceitá-la, com a glosa da parte que considerar indevida.

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

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

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

11.6. Os pagamentos a fornecedores e veículos serão efetuados, pela CONTRATADA, imediatamente após a compensação bancária dos pagamentos feitos pela CONTRATANTE.

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

11.6.2. A CONTRATADA apresentará à CONTRATANTE relatório com datas e valores dos pagamentos realizados a fornecedores e veículos, até o dia 10 do mês subsequente.

11.6.3. A CONTRATANTE, na condição de fonte retentora, fará o desconto e o recolhimento dos tributos e contribuições a que esteja obrigado pela legislação

vigente ou superveniente, referente aos pagamentos que efetuar e obedecidos os prazos legais.

11.7. A liquidação de despesas será precedida das seguintes providências a cargo da CONTRATADA:

I. intermediação, supervisão e/ou execução, pela CONTRATADA, de bens e de serviços especializados prestados por fornecedores: apresentação dos documentos de cobrança de que tratam os incisos I, II e, se for o caso, os incisos III e IV, todos do subitem 11.1; e

II. veiculação/execução de formas inovadoras de comunicação publicitária: apresentação dos documentos de cobrança de que tratam os incisos I, II, III e IV do subitem 11.1, com a demonstração do valor devido ao veículo de divulgação/fornecedor especializado, dos correspondentes pedidos de inserção ou documento equivalente e, sempre que possível, do respectivo relatório de checagem, nos termos do inciso III do subitem 11.8.

III. No caso de empresas ou veículos não obrigados à regulação do Conselho Executivo das Normas Padrão - CENP, observar as orientações expressas no subitem 8.1.3.1.1 deste contrato.

11.8. No tocante à veiculação, além do previsto no inciso II do subitem 11.7, a CONTRATADA fica obrigada a apresentar, sem ônus para a CONTRATANTE, os seguintes comprovantes:

I. Revista: exemplar original;

II. Jornal: exemplar ou folha - caderno contendo 4 (quatro) páginas com o anúncio, da qual devem constar as informações sobre período ou data de circulação, nome do Jornal e praça. Nos casos em que o comprovante não conste o nome da cidade de veiculação, poderá ser juntada comprovante de consulta ao Midiacad, ou outro sistema que o substitua, demonstrando que a cidade da veiculação foi verificada no momento da aprovação do cadastro do veículo; e

III. Demais meios: relatório de checagem de veiculação se não restar demonstrada, perante a CONTRATANTE, a impossibilidade de fazê-lo.

**11.9. Nos casos em que restar demonstrada, a impossibilidade de obter o relatório de checagem** a CONTRATADA deverá apresentar:

I. TV, Rádio e Cinema: documento usualmente emitido pelo veículo (mapa ou comprovante de veiculação ou inserção ou irradiação e similares), do qual deve constar, pelo menos, identificação do veículo, nome da campanha ou peça veiculada, secundagem da peça, nome do programa (quando for o caso), dia e horário da veiculação, praça de veiculação quando esta for diferente da sede do veículo, juntamente com a declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação, da qual

devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração, local, data, nome do programa (quando for o caso), dia e horário da veiculação;

I.1. como alternativa, a declaração prevista no inciso I deste subitem, poderá figurar na frente ou no verso desse documento, mediante impressão eletrônica ou carimbo, desde que contenha, pelo menos, as informações previstas no inciso I deste subitem;

## II. Mídias:

II.1 Mídia Out Of Home: relatório de exibição fornecido pela empresa que veiculou a peça, de que devem constar as fotos, período de veiculação, local e nome da campanha, datado e assinado, acompanhado de declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração;

II.1.1. Nos casos de Outdoor e Outdoor Social devem conter a geolocalização (latitude e longitude) dos endereços e as fotos devem ser do início e do fim da campanha e em ângulo aberto;

II.2 Mídia Digital Out Off Home: relatório de exibição, fornecido pela empresa que veiculou a peça, ou por empresa de checagem contratada, de que devem constar fotos por amostragem de no mínimo 20% (vinte por cento) dos monitores/displays programados, identificação do local da veiculação, quantidade de inserções, nome da campanha ou peça veiculada, secundagem da peça, período de veiculação, datado e assinado, acompanhado de declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração;

II.3 Veículos de Som: relatório de veiculação fornecido pela empresa que veiculou a peça, com relatório de GPS e fotos de todos os carros contratados, com imagem de fundo que comprove a cidade em que a ação foi realizada, acompanhado de declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração;

III. Internet: relatório de gerenciamento fornecido por empresas de tecnologia e/ou relatório de veiculação emitido, sob as penas do art. 299 do Código Penal, pela empresa que veiculou a peça.

11.9.1. As formas de comprovação de veiculação em mídias não previstas nos incisos I, II e III do subitem 11.5.2 serão estabelecidas formalmente pela CONTRATANTE, antes da autorização do respectivo plano de mídia.

11.10. Antes da efetivação dos pagamentos será realizada a comprovação de regularidade da CONTRATADA, mediante consulta de sua situação: Certificado de Regularidade de Situação do Fundo de Garantia do Tempo de Serviço - FGTS, Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas – CNDT, 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 e certidões negativas de débitos expedidas por órgãos das Secretarias de Fazenda do Estado e do Município.

### **CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA - SANÇÕES ADMINISTRATIVAS**

12.1. Em razão de irregularidades no cumprimento das obrigações, a Associação Mato-grossense dos Municípios, poderá aplicar as seguintes sanções administrativas:

- a) **ADVERTÊNCIA** – sempre que forem observadas irregularidades de pequena monta para os quais tenha concorrido;
- b) **MULTA POR ATRASO** – a empresa contratada ficará sujeita a multa diária de 2% (dois por cento) sobre o valor total da contratação, até o máximo de 30% (trinta por cento) pelo atraso injustificado na execução de qualquer obrigação contratual ou legal, podendo esse valor ser abatido no pagamento a que fizer jus a contratada, ou ainda, recolhido no prazo máximo de 15 (quinze) dias corridos, após comunicação formal. Não havendo o recolhimento no prazo estabelecido o valor da multa será cobrado judicialmente;
- c) **SUSPENSÃO** – suspensão temporária de participar em licitação e impedimento de contratar com a Administração Pública, pelo prazo de até 02 (dois) anos;
- d) **DECLARAÇÃO DE INIDONEIDADE** - para licitar ou contratar com a Administração Pública.
- e) **MULTA POR DESCUMPRIMENTO CONTRATUAL** – Multa de 20% (vinte por cento) do valor do contrato pela não execução contratual.

12.2. Poderá a Administração considerar inexecução total ou parcial do contrato, para imposição da penalidade pertinente, o atraso superior a 20 (VINTE) dias corridos do indicado para o início dos serviços.

12.3. A sanção prevista na alínea “c”, do subitem 13.1, poderá ser imposta cumulativamente com as demais.

12.4. A Administração, para imposição das sanções, analisará as circunstâncias do caso e as justificativas apresentadas pela contratada, sendo-lhe assegurada a ampla defesa e o contraditório.

### **CLÁUSULA DÉCIMA TERCEIRA - RESCISÃO**

13.1. O presente contrato poderá ser rescindido pelos motivos previstos nos art. 77 e 78 e nas formas estabelecidas no art. 79, todos da Lei nº 8.666/1993.

13.2. Fica expressamente acordado que, em caso de rescisão, nenhuma remuneração será cabível, a não ser o ressarcimento de despesas autorizadas pela CONTRATANTE e comprovadamente realizadas pela CONTRATADA, previstas no presente contrato.

13.3. Em caso de cisão, incorporação ou fusão da CONTRATADA com outras agências de propaganda, caberá à CONTRATANTE decidir sobre a continuidade do presente contrato.

13.4. A rescisão, por algum dos motivos previstos na Lei nº 8.666/1993, não dará à CONTRATADA direito a indenização a qualquer título, independentemente de interpelação judicial ou extrajudicial, com a exceção do que estabelece o art. 79, § 2º, da referida Lei.

13.5. A rescisão acarretará, independentemente de qualquer procedimento judicial ou extrajudicial por parte da CONTRATANTE, a retenção dos créditos decorrentes deste contrato, limitada ao valor dos prejuízos causados, além das sanções previstas neste ajuste, até a completa indenização dos danos.

### **CLÁUSULA DÉCIMA QUARTA - DISPOSIÇÕES GERAIS**

14.1. A CONTRATADA guiar-se-á pelo Código de Ética dos profissionais de propaganda e pelas normas correlatas, com o objetivo de produzir publicidade que esteja de acordo com o Código de Defesa do Consumidor e demais leis vigentes, a moral e os bons costumes.

14.2. A CONTRATANTE providenciará a publicação do extrato deste contrato e de seus eventuais termos aditivos no Diário Oficial do Estado, a suas expensas, na forma prevista no art. 61, parágrafo único, da Lei nº 8.666/1993.

14.3. Constituem direitos e prerrogativas da CONTRATANTE, além dos previstos em outras leis, os constantes da Lei nº 8.666/1993, que a CONTRATADA aceita e a eles se submete.

14.4. São assegurados à CONTRATANTE todos os direitos e faculdades previstos na Lei nº 8.078, de 11.9.90 (Código de Defesa do Consumidor).



14.5. A omissão ou tolerância das partes – em exigir o estrito cumprimento das disposições deste contrato ou em exercer prerrogativa dele decorrente – não constituirá novação ou renúncia nem lhes afetará o direito de, a qualquer tempo, exigirem o fiel cumprimento do avençado.

14.6. As informações sobre a execução deste contrato, com os nomes dos fornecedores de serviços especializados e de veículos de divulgação, serão divulgadas no sítio da CONTRATANTE na internet, em local específico para esse fim, garantido o livre acesso às informações por quaisquer interessados.

14.6.1. As informações sobre valores pagos serão divulgadas pelos totais de cada tipo de serviço de fornecedores e de cada meio de comunicação.

### **CLÁUSULA DÉCIMA QUINTA - FORO**

15.1. As questões decorrentes da execução deste contrato que não possam ser dirimidas administrativamente serão processadas e julgadas no foro da cidade de Cuiabá - MT, com a exclusão de qualquer outro, por mais privilegiado que seja.

15.2. O presente contrato obedecerá à lei 8.666/1993 e suas alterações posteriores, aplicando-se as sanções nela prevista, por qualquer descumprimento com as obrigações assumidas em decorrência do presente instrumento.

E assim por estarem justos e contratados, na forma acima, assinam o presente instrumento em 4 (quatro) vias de igual teor e forma na presença de duas testemunhas idôneas que presenciaram a tudo, comprometendo-se por si e seus sucessores legais, o fiel cumprimento de todos os dispositivos. Cuiaba – MT, \_\_ de \_\_\_\_\_ de 2022.

\_\_\_\_\_  
Nome Contratante

\_\_\_\_\_  
Nome Contratada

Testemunhas:

Nome: \_\_\_\_\_

Nome: \_\_\_\_\_

RG: \_\_\_\_\_

RG: \_\_\_\_\_

CPF: \_\_\_\_\_

CPF: \_\_\_\_\_



**ANEXO III****MODELO DE PROCURAÇÃO**

À Comissão Permanente de Licitação  
Associação Mato-grossense de Municípios

**Ref.: Concorrência n° 001/2022**

**Outorgante**

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

**Outorgado**

Representante devidamente qualificado

**Objeto**

Representar a outorgante na **Concorrência n° 001/2022**.

**Poderes**

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

local e data

---

Nome completo da licitante, nome, cargo e assinatura dos  
representantes legais

Obs.: Firma reconhecida do responsável legal

**ANEXO IV****MODELO DA PROPOSTA DE PREÇOS**

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

I. ....% (<percentual por extenso>) de honorários, incidentes sobre os preços de bens e de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes:

a) à renovação do direito de autor e conexos e aos cachês, na reutilização de peça ou material publicitário, exclusivamente quando a distribuição/veiculação da peça ou material não nos proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de comunicação e divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;

b) ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento relacionados diretamente a determinada ação publicitária, exceto no tocante a pesquisas de pré-teste realizadas a suas expensas; e

c) à reimpressão de peças publicitárias, assim entendida a nova tiragem de peça publicitária que não apresente modificações no conteúdo ou na apresentação, em relação à edição anterior, exceto eventuais correções tipográficas ou pequenas atualizações de marcas e datas;

II.....% (<percentual por extenso>) de honorários incidentes sobre os preços de bens e de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peça e material cuja distribuição/veiculação não nos proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de comunicação e divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;

III.....% (<percentual por extenso>) de honorários incidentes sobre o volume do investimento aplicado na distribuição de peças por meio de formas inovadoras em plataformas digitais, em consonância com novas tecnologias, visando à expansão das mensagens e das ações publicitárias, referentes aos serviços que prestamos na intermediação, supervisão, monitoramento de performance e otimização dessa distribuição que não nos proporciona o desconto de agência, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965; e

IV.....% (<percentual por extenso>) de honorários, incidente sobre os preços de bens e de serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da licitante, referentes à criação e ao desenvolvimento de outras formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, não enquadradas no inciso anterior, visando à expansão das mensagens e das ações publicitárias, cuja execução não nos proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de comunicação e divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965.

V. ....% (<percentual por extenso>) de repasse a Associação Mato-grossense dos Municípios, correspondente à parcela do desconto-padrão nos concedido

pelos veículos de comunicação e divulgação, referentes à compra de tempo e espaço, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965.

1.1.1. Estamos cientes de que os honorários de remuneração de que trata o inciso III do subitem anterior não estão vinculados a serviços externos prestados por fornecedores especializados, nem correspondem ao desconto-padrão não pago pelas plataformas digitais, mas visam nos remunerar devidamente pela intermediação, supervisão, monitoramento de performance e otimização da distribuição de peças publicitárias por meio de plataformas digitais.

1.1.2. Também estamos cientes de que na gestão pela Associação Mato-grossense dos Municípios dos investimentos destinados para distribuição das peças publicitárias de uma campanha em plataformas digitais, a remuneração prevista no inciso III do subitem 1.1, deverá incidir sobre o valor aplicado na plataforma, de modo que o somatório do valor autorizado para essas empresas com o dos referidos honorários não supere o total de investimento proposto para essa distribuição.

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 60 (sessenta) dias, contados de sua apresentação, em consonância com o disposto no subitem 14.3 do Edital.

Declaramos, por fim, que esta Proposta de Preços está em conformidade com o Edital de Concorrência em referência.

..... -....., de.....de 2022

(nome da licitante)

---

Representante legal

**ANEXO V****DECLARAÇÃO DE SUJEIÇÃO E DE CONHECIMENTO DAS OBRIGAÇÕES.****DECLARAÇÕES**

Ref.: Edital de Concorrência nº 001/2022.

A empresa \_\_\_\_\_ (razão social) \_\_\_\_\_, inscrita no CNPJ sob o número \_\_\_\_\_, em atenção ao edital de CONCORRÊNCIA Nº 001/2022, declara:

a) ter tomado conhecimento de todas as informações e das condições para o perfeito cumprimento das obrigações objeto da licitação, seja por meio da análise e exame da documentação integrante do edital, seja por meio de informações obtidas no órgão licitador.

b) que o preço ofertado contempla todas as obrigações decorrentes desse conhecimento, e que visitou os locais dos serviços, tendo perfeito conhecimento das condições para sua execução.

c) está de acordo com todas as condições mencionadas na Proposta Comercial, constantes do edital e minuta contratual.

d) que nenhum de seus dirigentes, gerentes, acionistas ou detentores de mais de 5% (cinco por cento) do capital com direito a voto, ou controlador, responsáveis técnicos, funcionários ou eventuais subcontratados são servidores do órgão licitador.

e) que aceita integralmente os termos e as condições da presente licitação, bem como as disposições contidas na Lei Nº 8.666/1993, suas alterações e demais disposições legais.

f) Está cientes e de acordo com as disposições alusivas a direitos patrimoniais de autor e conexos, estabelecidas na Cláusula Décima da Minuta de Contrato (Anexo II).

g) Comprometem-se 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 ANUNCIANTE todas as vantagens obtidas, nos termos do disposto no parágrafo único do art. 15 da Lei n.º 12.232/2010.

g) Garante 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 ANUNCIANTE, nos termos da Cláusula Décima Primeira da Minuta de Contrato (Anexo II).

\_\_\_\_\_, \_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de 2022.

\_\_\_\_\_  
(Assinatura, nome e cargo do declarante, representante legal da Licitante)

**ANEXO VI****DECLARAÇÃO NA FORMA REGULAMENTADA PELO DECRETO Nº 4.358/2002.****DECLARAÇÃO**

Ref.: Edital de Concorrência nº 001/2022

....., inscrito no CNPJ nº....., por intermédio de seu representante legal o(a) Sr(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, acrescido 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 não emprega menor de dezesseis anos.

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

.....  
(data)

.....  
(representante legal)

---

Representante legal

**ANEXO VII****DECLARAÇÃO DE RECEBIMENTO DOS DOCUMENTOS**

A empresa \_\_\_\_\_ (razão social) \_\_\_\_\_, inscrita no CNPJ sob o número \_\_\_\_\_, em atenção ao edital de CONCORRÊNCIA N° 001/2022, declara que recebeu os documentos (envelopes padrão), e de que tomou conhecimento de todas as informações e das condições locais para o cumprimento das obrigações objeto da licitação.

\_\_\_\_\_, \_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de 2022.

\_\_\_\_\_  
(Assinatura, nome e cargo do declarante, representante legal da Licitante)



**ANEXO VIII****DECLARAÇÃO DE SUBMISSÃO À FISCALIZAÇÃO**

A empresa \_\_\_\_\_ (razão social) \_\_\_\_\_, inscrita no CNPJ sob o número \_\_\_\_\_, em atenção ao edital de CONCORRÊNCIA N° 001/2022, declara que se submete à fiscalização e ao controle técnico da Associação Mato-grossense de Municípios ou a quem esta expressamente indicar.

\_\_\_\_\_, \_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de 2022.

\_\_\_\_\_  
(Assinatura, nome e cargo do declarante, representante legal da Licitante)

**ANEXO 91****DECLARAÇÃO DE QUE ACEITA DESCONTAR AS MULTAS**

A empresa \_\_\_\_\_ (razão social) \_\_\_\_\_, inscrita no CNPJ sob o número \_\_\_\_\_, em atenção ao edital de CONCORRÊNCIA N° 001/2022, declara expressamente que aceita o desconto de multas, eventualmente aplicadas pela Associação Mato-grossense de Municípios, dos créditos a receber decorrente das obrigações contratuais, caso for vencedora da presente licitação, além de outras penalidades previstas em lei.

\_\_\_\_\_, \_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de 2022.

\_\_\_\_\_  
(Assinatura, nome e cargo do declarante, representante legal da Licitante)

**DECLARAÇÃO COMPLEMENTARES.**

**Declarações:****Referente concorrência nº 01 / 2022**

<identificação completa>, como representante devidamente constituído pela <nome da licitante, doravante denominada nome de fantasia, para fins do disposto na alínea 'b' do subitem 18.2.4 do Edital, declara, sob as penas da lei, em especial o art. 299 do Código Penal Brasileiro, que:

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

<local e data>

---

<representante legal da licitante >

**DECLARAÇÃO DE INEXISTÊNCIA DE CONFLITO DE INTERESSES**

A CONTRATADA, inscrita no CNPJ sob o nº \_\_/\_\_/\_\_\_\_-x, por intermédio de seu representante legal, Sr....., portador do CPF nº ....., em atendimento ao subitem 25.1.2 do Edital de Licitação n.º \_\_/\_\_\_\_\_, formalizado com a CONTRATANTE, declara, sob as penas da lei, em especial o art. 299 do Código Penal Brasileiro que:

I – Não exerce ou não exercerá, direta ou indiretamente, atividade que implique na prestação de serviços ou relação de negócios com pessoa jurídica, durante a vigência do contrato, que tenha objetivos conflitantes com os interesses ou com as atividades finalísticas da CONTRATANTE; e

II – Não pratica ou não praticará ato que comprometa o interesse público, em benefício de pessoa física que tenha objetivos conflitante com as atividades finalísticas da CONTRATANTE, durante a execução contratual, seja na condição de cônjuge, companheiro ou parente, consanguíneo ou afins, em linha reta ou colateral, até o terceiro grau, dos sócios ou dirigentes da CONTRATADA.

[Local], \_\_ de \_\_\_\_\_ de xxxx

\_\_\_\_\_  
<representante legal da contratada>