



EDITAL DE CONCORRÊNCIA PÚBLICA

SRP (SISTEMA DE REGISTRO DE PREÇOS)

PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA

PROCESSO: 2025002133

CONCORRÊNCIA PÚBLICA nº: 001/2025

1.1. A Câmara Municipal de Águas Lindas de Goiás, com sede na Q. 23, lote 17 - Jardim Querência, Águas Lindas de Goiás - GO, CEP: 72910-000, inscrita no C.N.P.J./MF sob o nº 01.710.312/0001-51, por meio da sua Comissão Permanente de Licitação, representada pelo seu Presidente Sr. Wildes Silva De Oliveira Junior, doravante denominado CÂMARA, torna público aos interessados que realizará licitação na modalidade CONCORRÊNCIA, do tipo TÉCNICA E PREÇO, para contratação de serviços de publicidade e propaganda prestados por intermédio de agência de publicidade.

1.2. Os serviços serão regidos pela Lei nº 12.232/2010, alterada pela Lei nº 14.356/2022, observando-se, no que couber e de forma complementar, a Lei nº 4.680/1965 e as disposições da Lei Federal nº 14.133/2021 e deste Edital. As Normas Padrão da Atividade Publicitária - CENP serão aplicadas nos termos da legislação pertinente.

2. RECEBIMENTO E ABERTURA DAS PROPOSTAS E DOCUMENTOS

2.1. Os invólucros com as Propostas Técnica e de Preços serão recebidos como segue:

Dia e hora: 26/05/2025 às 10:00 horas Local: Sala de Reunião da Comissão Permanente de Licitações, situada na sede da Câmara Municipal, na Q. 23, lote 17 - Jardim Querência, Águas Lindas de Goiás – GO.

2.1.1. Se não houver expediente nessa data, os invólucros serão recebidos no primeiro dia útil subsequente.



2.1.2. A abertura dos invólucros e demais procedimentos licitatórios obedecerão ao disposto na legislação e neste Edital, especialmente em seu item 19.

2.2. Os Documentos de Habilitação serão recebidos e abertos em dia, local e horário a serem designados pela Comissão Especial de Licitação.

2.3. Os horários mencionados neste Edital tem por referência o horário de Brasília.

3. OBJETO

3.1. O objeto da presente Concorrência é a prestação de serviços publicidade e 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 a supervisão da execução externa, a compra de mídia e a distribuição de campanhas, peças e materiais publicitários, com o intuito de atender ao princípio da publicidade e ao direito à informação, de difundir ideias, princípios, iniciativas ou instituições ou de informar o público em geral.

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

- a) ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento relativos à execução do contrato;
- b) à produção e à execução técnica das peças e ou material criados pela agência contratada.

3.1.1.1. As pesquisas e outros instrumentos de avaliação previstos na alínea 'a' do subitem 3.1.1 terão a finalidade de:

- a) gerar conhecimento sobre o ambiente de atuação da CÂMARA, 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.

3.1.2. É vedado incluir outros serviços não previstos no subitem 3.1.1, em especial as atividades de promoção, de patrocínio e de assessoria de comunicação, imprensa e relações públicas e a realização de eventos festivos de qualquer natureza.

3.1.2.1. Não se incluem no conceito de patrocínio mencionado no subitem precedente o

Quadra 23 Lote 02 Área Especial - Jardim Querência | CEP: 72910-000 | Águas Lindas de Goiás - GO | Tel: (61) 3618 – 1768 2
CNPJ: 01.710.312/0001 - 51

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 científicos na área da saúde.

3.2. Para a prestação dos serviços será contratada uma agência de propaganda, doravante denominada AGÊNCIA, LICITANTE ou CONTRATADA.

3.2.1. Os serviços objeto da presente concorrência serão contratados com agência de propaganda cujas atividades sejam disciplinadas pela Lei nº. 4.680, 18/06/1965, e que tenha obtido certificado de qualificação técnica de atendimento, nos termos da Lei nº. 12.232, 29/04/2010.

3.2.2. A AGÊNCIA atuará por ordem e conta da CÂMARA, em conformidade com o art. 3º da Lei nº 4.680, 18/06/1965, na contratação de fornecedores de serviços especializados, para a execução das atividades complementares de que trata o subitem 3.1.1, e de veículos de divulgação, para a compra de tempo e ou espaço publicitários.

3.2.3. A AGÊNCIA NÃO poderá subcontratar outra agência de propaganda para a execução de serviços previstos no item 3.

4. RETIRADA DO EDITAL

4.1. Será gratuita a retirada deste Edital no site que se segue, observados os procedimentos previstos: <https://www.camaradeaguaslindas.go.gov.br>, podendo ser obtido, ainda, na Comissão Permanente de Licitação, na sede da Câmara Municipal de Águas Lindas, situada na Q. 23, lote 17 - Jardim Querência, Águas Lindas de Goiás.

5. INFORMAÇÕES E ESCLARECIMENTOS SOBRE O EDITAL

5.1. Informações e esclarecimentos sobre esta Concorrência serão prestados pelo agente de contratação ou pela comissão de contratação, desde que os pedidos tenham sido recebidos no prazo estabelecido no edital, e formulados pelo(s) representante(s) legal(is) do licitante, por meio dos seguintes canais:

- por escrito: entregue tempestivamente para a Comissão de Licitações, situada na sede da Câmara Municipal de Águas Lindas, situada na Q. 23, lote 17 - Jardim Querência, Águas Lindas de Goiás - GO, Águas Lindas de Goiás – GO.
- via fax: (61) 3618-2512
- pelos e-mails: camara@camaradeaguaslindas.go.gov.br e licitacao.camaradeaguaslindas@gmail.com

5.1.1. Os pedidos de esclarecimentos serão respondidos apenas por escrito, se possível pelas mesmas vias.

5.1.1.1. A LICITANTE **não deve utilizar**, em eventual pedido de esclarecimentos, termos que possam propiciar, quando do julgamento da via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária (Envelope nº. 1), a identificação da sua proposta perante a Comissão Técnica.

5.1.1.2. A Comissão Permanente de Licitação dará conhecimento das perguntas e respostas às demais LICITANTES que retirarem este Edital, sem informar a identidade da licitante consulente e de seu representante, mediante divulgação no site da Câmara na internet, no endereço: <https://www.camaradeaguaslindas.go.gov.br>

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

6. IMPUGNAÇÃO AOS TERMOS DO EDITAL

6.1. Todo cidadão é parte legítima para impugnar este Edital, devendo a impugnação ser protocolizada até 5 (cinco) dias úteis antes da data de recebimento das propostas, de segunda a sexta-feira, das 10:00h às 17:00h, perante o agente de contratação ou a comissão de contratação, no seguinte endereço: sede da Câmara Municipal de Águas Lindas, na Q. 23, lote 17 - Jardim Querência, Águas Lindas de Goiás - GO, CEP 72.910-000, sem prejuízo do exercício do direito de representação previsto no art. 164 da Lei nº 14.133, de 1º de abril de 2021.

6.2. Decairá do direito de impugnar os termos do presente Edital a LICITANTE que não o fizer, por escrito e protocolizado-a no endereço e nos horários mencionados no subitem

Quadra 23 Lote 02 Área Especial - Jardim Querência | CEP: 72910-000 | Águas Lindas de Goiás - GO | Tel: (61) 3618 – 1768 4
CNPJ: 01.710.312/0001 - 51

precedente, até 2 (dois) dias úteis antes da data do recebimento das Propostas Técnica e de Preços.

6.2.1. Considera-se LICITANTE para efeito do subitem precedente a empresa que tenha retirado o presente Edital na forma prevista neste Edital.

6.2.2. 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. CONDIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO

7.1. Poderá participar desta Concorrência a AGÊNCIA que estiver sediada na região de Águas Lindas e entorno, que atender às condições deste Edital e apresentar os documentos nele exigidos.

7.2. Não poderá participar desta Concorrência a AGÊNCIA:

- a) que estiver cumprindo suspensão temporária do direito de participar de licitação ou estiver impedida de contratar com a CÂMARA;
- b) cuja falência tenha sido decretada ou que estiver em processo de liquidação, dissolução, cisão, fusão, incorporação ou concurso de credores;
- c) que tenha sido declarada inidônea, por órgão, entidade ou sociedade integrante da Administração Pública, Direta ou Indireta, Federal, Estadual ou Municipal;
- d) estrangeira que não funcione no País;

7.2.1. Em razão da especificidade dos serviços, a responsabilidade técnica e a capacidade operacional da contratada, não serão admitidas empresas constituídas sob a forma de consórcios.

7.3. Nenhuma LICITANTE poderá participar desta Concorrência com mais de uma proposta.

7.4. A participação na presente Concorrência implica para a LICITANTE, tacitamente: a confirmação de que recebeu da Comissão Permanente de Licitação o invólucro padronizado previsto no subitem 9.1.1.1. deste edital e as informações necessárias à participação nesta Concorrência; a aceitação plena e irrevogável de todos os termos, cláusulas e condições constantes deste Edital e de seus anexos; a observância dos preceitos legais e regulamentares em vigor e a responsabilidade pela fidelidade e legitimidade das informações e dos documentos

apresentados em qualquer fase do processo.

7.5. A LICITANTE assume todos os custos de elaboração e apresentação das propostas e documentos de habilitação exigidos nesta Concorrência, ressalvado que a CÂMARA não será, em nenhum caso, responsável por esses custos, independentemente da condução ou do resultado do processo licitatório.

8. CREDENCIAMENTO DE REPRESENTANTES

8.1. Para participar deste certame, o representante da LICITANTE apresentará à Comissão Permanente de Licitação o documento que o credencia, juntamente com seu documento de identidade de fé pública, na sessão programada para a entrega dos invólucros com as propostas técnica e de preços.

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

8.1.2. 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 II.

8.1.2.1. Na hipótese de representação por intermédio de procuração particular, deverá ser juntada a cópia, autenticada em cartório, do ato que estabelece a prova de representação da empresa, em que constem os nomes dos sócios ou dirigentes com poderes para a constituição de mandatários e as assinaturas deverão ter firma reconhecida presencialmente.

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 sessão de recepção e abertura das propostas técnica e de
Quadra 23 Lote 02 Área Especial - Jardim Querência | CEP: 72910-000 | Águas Lindas de Goiás - GO | Tel: (61) 3618 – 1768 6
CNPJ: 01.710.312/0001 - 51

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 Especial de Licitação, na data, hora e local indicados no subitem 2.1 deste Edital.

9. ENTREGA DA PROPOSTA TÉCNICA

9.1. A proposta técnica deverá ser entregue à Comissão Permanente de Licitação acondicionada nos Envelopes números 1, 2 e 3.

ENVELOPE Nº 1

9.1.1. No Envelope nº. 1 deverá estar acondicionado o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, de que tratam os subitens 11.2 e 11.3.

9.1.1.1. Só será aceito o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada que estiver acondicionado no envelope padronizado fornecido, obrigatoriamente, pela CÂMARA.

9.1.1.1.1. O envelope padronizado deverá ser retirado pela interessada no seguinte endereço: na sede da Câmara Municipal de Águas Lindas, situada na Q. 23, lote 17 - Jardim Querência, Águas Lindas de Goiás - GO, Águas Lindas de Goiás – GO, no período compreendido entre 10:00h e 16:00h.

9.1.1.1.2. O envelope padronizado só será entregue à AGÊNCIA que o solicite formalmente e em até 24 horas antes do dia e horário agendado para o certame.

9.1.1.2. O Envelope nº. 1 deverá estar SEM FECHAMENTO E SEM RUBRICA.

9.1.1.3. Para preservar, até a abertura do Envelope nº. 2, o sigilo quanto à autoria do Plano de Comunicação Publicitária, o Envelope nº. 1 NÃO poderá:

- a) ter nenhuma identificação;
- b) apresentar marca, sinal, etiqueta ou outro elemento que possibilite a identificação da licitante;
- c) estar danificado ou deformado pelas peças, material e ou demais documentos nele acondicionados de modo a possibilitar a identificação da licitante.

ENVELOPE Nº 2

9.1.2. No Envelope nº. 2 deverá estar acondicionado o Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada, de que trata o subitem 11.4.

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

Envelope nº. 2

Proposta Técnica: Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada

Nome empresarial e CNPJ da licitante

Concorrência nº. 001/2025

9.1.2.2. 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

9.1.3. No Envelope 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 a 11.10.

9.1.3.1. 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. 001/2025

9.1.3.2. O Envelope 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.

9.1.3.3. O Envelope nº. 3 NÃO poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do Envelope nº. 2.

10. ENTREGA DA PROPOSTA DE PREÇOS

10.1. A Proposta de Preços deverá ser entregue à Comissão Permanente de Licitação acondicionada no Envelope nº. 4.

ENVELOPE Nº 4

10.1.1. O Envelope 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. 001/2025

10.1.2. O Envelope nº. 4 será providenciado pela LICITANTE e pode ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até sua abertura.

11. APRESENTAÇÃO E ELABORAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA

11.1. A LICITANTE deverá apresentar sua proposta técnica estruturada em 4 (quatro) quesitos:
Quadra 23 Lote 02 Área Especial - Jardim Querência | CEP: 72910-000 | Águas Lindas de Goiás - GO | Tel: (61) 3618 – 1768 9
CNPJ: 01.710.312/0001 - 51

Plano de Comunicação Publicitária, Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação.

11.1.1. A proposta técnica será redigida em língua portuguesa, salvo quanto a expressões técnicas de uso corrente, com clareza, sem emendas ou rasuras.

DO PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – VIA NÃO IDENTIFICADA

11.2. O Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada deverá ser apresentado da seguinte forma:

- em papel A4, branco, com 75 g/m² a 90 g/m², orientação retrato;
- com espaçamento de 2 cm nas margens direita, superiores, inferiores e 3 cm e esquerda a partir da borda;
- recuos nos parágrafos e linhas subsequentes;
- com textos justificados;
- com espaçamento ‘duplo’ após títulos;
- com texto e numeração de páginas em fonte ‘arial’, estilo ‘normal’, cor ‘automático’, tamanho ‘12 pontos’;
- com numeração em todas as páginas, pelo editor de textos, em algarismos arábicos, no canto inferior direito da página;
- em caderno único e com espiral preto colocado à esquerda;
- capa e contracapa em papel A4 branco, com 75 g/m² a 90 g/m², ambas em branco;
- sem identificação da licitante.

11.2.1. Os subquestos *Raciocínio Básico* e *Estratégia de Comunicação Publicitária* poderão ter gráfico e ou tabela, com a utilização de tons de cinza.

11.2.1.1. Os gráficos e tabelas desses dois subquestos poderão ser apresentados em papel A3 dobrado.

11.2.1.2. As áreas ocupadas das duas páginas serão consideradas no cômputo do limite previsto



no subitem 11.2.6.

11.2.2. As especificações do subitem 11.2 aplicam-se à indicação prevista no subitem respectivo.

11.2.3. As tabelas, gráficos e planilhas integrantes do subquesto *Estratégia de Mídia e Não Mídia* poderão ter fontes e tamanhos em ‘Arial’ 10 pontos e poderão ser editados em tons de cinza.

11.2.3.1. As tabelas, gráficos e planilhas desse subquesto poderão ser apresentados em papel A3 dobrado.

11.2.4. Os exemplos de peças e ou material integrantes do subquesto *Ideia Criativa* serão apresentados separadamente do caderno de que trata o subitem 11.2.

11.2.4.1. Esses exemplos devem adequar-se às dimensões do Envelope nº. 1, cabendo à licitante atentar para o disposto nas alíneas ‘c’ dos subitens 9.1.1.3 e 19.2.1 e no subitem 19.2.1.1, todos deste Edital.

11.2.5. O *Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada* NÃO poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que possibilite a identificação de sua autoria antes da abertura do Envelope nº. 2.

11.2.6. Os textos do *Raciocínio Básico*, da *Estratégia de Comunicação Publicitária* e da relação comentada prevista na alínea ‘a’ do subitem 11.3.3 estão limitados a um conjunto de 10 (dez) páginas, ressalvado que não serão computadas nesse limite as páginas utilizadas eventualmente apenas para separar os textos desses subquestos.

11.2.7. 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 na alínea ‘c’ do subitem 9.1.1.3, no subitem 11.2.4.1, na alínea ‘c’ do subitem 19.2.1 e no subitem 19.2.1.1, todos deste Edital.

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

11.2.9. Podem ser utilizadas páginas isoladas com a finalidade de identificar o *Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada* e seus subquesitos: *Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia*.

11.2.9.1. Não há necessidade de lançar nessas páginas os subitens deste Edital a que correspondem o quesito e seus subquesitos nem os textos expressos nesses subitens.

11.2.9.2. Essas páginas devem seguir as especificações do subitem 11.2, no que couber.

11.3. O Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, composto dos subquesitos Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia, deverá ser elaborado com base no Briefing (Anexo I), observadas as seguintes disposições:

11.3.1. Raciocínio Básico: apresentação, pela LICITANTE, de diagnóstico das necessidades de comunicação publicitária da CÂMARA, sua compreensão sobre o objeto da licitação e, principalmente, sobre o(s) desafio(s) ou o(s) problema(s), geral e ou específico, de comunicação a ser(em) enfrentado(s);

11.3.2. Estratégia de Comunicação Publicitária: apresentação, pela LICITANTE, das linhas gerais da proposta para suprir o(s) desafio(s) ou o(s) problema(s), geral e ou específico, de comunicação a ser(em) enfrentado(s) e alcançar os resultados e metas de comunicação desejadas pela CÂMARA, compreendendo:

- a) Dar visibilidade às ações da CÂMARA no que tange ao caráter educativo e de informação;
- b) Ampliar a abrangência das informações e campanhas a respeito dos programas institucionais da Câmara;
- c) Tornar os programas desenvolvidos mais conhecidos perante a sociedade em geral, proporcionando assim maior acesso aos mesmos.

11.3.3. Ideia Criativa: apresentação, pela LICITANTE, de campanha publicitária, observadas as seguintes disposições:

- a) apresentar relação de TODAS as peças e ou material que julgar necessários para a execução da sua proposta de estratégia de comunicação publicitária, como previsto no subitem 11.3.2, com comentários sobre cada peça e ou material;
- b) da relação prevista na alínea anterior, escolher e apresentar como exemplos as peças e ou material que julgar mais indicados para corporificar objetivamente sua proposta de solução do(s) desafio(s) ou problema(s), geral e ou específico, de comunicação, conforme explicitado na estratégia de comunicação publicitária.

11.3.3.1. Os comentários mencionados na alínea ‘a’ do subitem 11.3.3 estão circunscritos à especificação de cada peça e ou material e à explicitação das funções táticas que se pode esperar de cada peça e ou material.

11.3.3.2. Se a campanha proposta pela licitante previr número de peças e ou material superior ao que pode ser apresentado ‘fisicamente’, conforme estabelecido na alínea ‘b’ do subitem 11.3.3 e na alínea ‘a’ do subitem 11.3.3.3, a relação prevista na alínea ‘a’ do subitem 11.3.3 deverá ser elaborada em dois blocos: um para as peças e ou material apresentados como exemplos e outro para o restante.

11.3.3.3. Os exemplos de peças e ou material de que trata a alínea ‘b’ do subitem 11.3.3:

- a) estão limitados a 10 (dez), independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça e ou material;
- b) podem ser apresentados sob a forma de:
 - b.1) roteiro, leiaute e ou story-board impressos, para qualquer meio;
 - b.2) protótipo ou ‘monstro’, para rádio e internet;
 - b.3) story-board animado ou animatic, para TV e cinema.
- c) só serão aceitos finalizados em caso de não mídia;
- d) apresentados como parte de um kit serão computados individualmente no limite de que trata a alínea ‘a’ do subitem 11.3.3.3.
- e) As peças de que trata a alínea ‘a’ do subitem 11.3.3.3. poderão ser apresentadas em papel A3.

OBSERVAÇÕES

- Reduções e variações de formato serão consideradas como peças.
- Cada peça e ou material deverá trazer indicação sucinta (exemplos: cartaz, filme TV, spot rádio, anúncio revista, ‘monstro’ internet) destinada a facilitar seu cotejo, pelos integrantes da Subcomissão Técnica, com a relação comentada prevista na alínea ‘a’ do subitem 11.3.3.
- Os story-boards animados ou animatics e os protótipos ou ‘monstros’ poderão ser apresentados em CD, CD-Rom, DVD-Rom, executáveis em computadores pessoais, ressalvado que não serão avaliados sob os critérios geralmente utilizados para peças finalizadas, mas apenas como referência da ideia a ser produzida.
- As peças gráficas poderão ser impressas em tamanho real ou reduzido, desde que não prejudique sua leitura, sem limitação de cores, sem suporte e ou passe-partout, observado o disposto no subitem 11.2.4.1. Peças que não se ajustem às dimensões do Envelope nº. 1 podem ser dobradas.

11.3.4. Estratégia de Mídia e Não Mídia, constituída de:

- a) apresentação em que a LICITANTE explicitará e justificará a estratégia e as táticas recomendadas, em consonância com a estratégia de comunicação publicitária por ela sugerida e em função da verba referencial indicada no Briefing, sob a forma de textos, tabelas, gráficos e planilhas;
- b) simulação de plano de distribuição em que a licitante identificará todas as peças e ou material destinados a veiculação, exposição ou distribuição, sob a forma de textos, tabelas, gráficos e planilhas.

11.3.4.1. Todas as peças e material que integrarem a relação comentada prevista na alínea ‘a’ do subitem 11.3.3 deverão constar dessa simulação.

11.3.4.2. Dessa simulação deverá constar resumo geral com informações sobre, pelo menos:

- a) o período de distribuição das peças e ou material;
- b) as quantidades de inserções das peças em veículos de divulgação;
- c) os valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em veículos de



divulgação, separadamente por meios;

- d) os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção e ou na execução técnica de cada peça destinada a veículos de divulgação;
- e) as quantidades a serem produzidas de cada peça e ou material de não mídia;
- f) os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção de cada peça e ou material de não mídia;
- g) os valores (absolutos e percentuais) alocados na distribuição de cada peça e ou material de não mídia.

11.3.4.3. Nessa simulação:

- a) os preços das inserções em veículos de comunicação devem ser os de tabela cheia, vigentes na data de publicação do Aviso de Licitação;
- b) deve ser desconsiderado o repasse de parte do desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº. 4.680, de 18/06/1965;
- c) devem ser desconsiderados os custos internos e os honorários sobre todos os serviços de fornecedores.

PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – VIA IDENTIFICADA

11.4. O Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada, SEM OS EXEMPLOS DE PEÇAS E/OU MATERIAL DA IDEIA CRIATIVA, deverá constituir-se em cópia da via não identificada, com a identificação da LICITANTE, e ser datado e assinado na última página e rubricado nas demais, por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

CAPACIDADE DE ATENDIMENTO

11.5. A LICITANTE deverá apresentar os documentos e informações que constituem a Capacidade de Atendimento em caderno específico, com ou sem o uso de cores, em papel A4, em fonte Arial, tamanho 12, em folhas numeradas sequencialmente, rubricadas e assinadas na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.



11.5.1. Qualquer página com os documentos e informações previstos no subitem 11.5 poderá ser editada em papel A3 dobrado.

11.5.2. Os documentos e informações e o caderno específico mencionados no subitem 11.5 NÃO poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do Envelope nº. 2.

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

11.6. A Capacidade de Atendimento será constituída de textos, tabelas, gráficos, diagramas, fotos e outros recursos, por meios dos quais a LICITANTE apresentará:

- a) relação nominal dos seus principais clientes, com a especificação do início de atendimento de cada um deles;
- b) a quantificação e a qualificação, sob a forma de currículo resumido (no mínimo, nome, formação e experiência), dos profissionais que poderão ser colocados à disposição da execução do contrato, discriminando-se as áreas de estudo e planejamento, criação, produção de rádio, TV, cinema, internet, produção gráfica, mídia e atendimento;
- c) as instalações, a infraestrutura e os recursos materiais que estarão à disposição para a execução do contrato;
- d) a sistemática de atendimento e discriminará os prazos a serem praticados, em condições normais de trabalho, na criação de peça avulsa ou de campanha e na elaboração de plano de mídia;
- e) a discriminação das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que colocará regularmente à disposição do CÂMARA, sem ônus adicionais, na vigência do contrato.

REPERTÓRIO

11.7. A LICITANTE deverá apresentar os documentos, informações, peças e material que constituem o Repertório em caderno específico, com ou sem o uso de cores, em papel A4, em fonte Arial, tamanho 12, em folhas numeradas sequencialmente, rubricadas e assinadas na última

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

11.7.1. Qualquer página com os documentos e informações previstos no subitem 11.7 poderá ser editada em papel A3 dobrado.

11.7.2. Os documentos e informações e o caderno específico mencionados no subitem precedente NÃO poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do Envelope nº. 2.

11.7.3. Não há limitação de número de páginas para apresentação do Repertório.

11.8. O Repertório será constituído de peças e ou material concebidos e veiculados, expostos ou distribuídos pela LICITANTE.

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

11.8.1.1. As peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD ou CD.

11.8.1.2. As peças gráficas poderão integrar o caderno específico previsto no subitem 11.7, em papel A4 ou A3 dobrado, ou ser apresentadas separadamente. Em qualquer dos casos, deverá ser preservada a capacidade de leitura das peças e deverão ser indicadas suas dimensões originais.

11.8.1.3. Se a LICITANTE apresentar peças em quantidade inferior à estabelecida no subitem 11.8.1, sua pontuação máxima, neste quesito, será proporcional ao número de peças apresentadas. A proporcionalidade será obtida mediante a aplicação da regra de três simples em relação à pontuação máxima prevista na alínea ‘c’ do subitem 12.3.1.

11.8.2. Para cada peça e ou material 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 e ou distribuição e, no caso de veiculação, menção de pelo menos um veículo que divulgou cada peça.



11.8.3. As peças e ou material NÃO podem referir-se a trabalhos solicitados e ou aprovados pelo ora CÂMARA.

RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO

11.9. A LICITANTE deverá apresentar os documentos e informações que constituem os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação em caderno específico, com ou sem o uso de cores, em papel A4, em fonte Arial, tamanho 12, em folhas numeradas sequencialmente, rubricadas e assinadas na última por quem detenha poderes de representação, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

11.9.1. Qualquer página com os documentos e informações previstos no subitem 11.9 poderá ser editada em papel A3 dobrado.

11.9.2. Os documentos e informações e o caderno específico mencionados no subitem precedente NÃO poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do Envelope nº. 2.

11.10. A LICITANTE deverá apresentar até 2 (dois) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, cada um com o máximo de 2 (duas) páginas, em que serão descritas soluções bem-sucedidas de problemas de comunicação planejadas e propostas por ela e implementadas por seus clientes.

11.10.1. Se a LICITANTE apresentar relatos em quantidade inferior à estabelecida no subitem 11.10, sua pontuação máxima, neste quesito, será proporcional ao número de relatos apresentados. A proporcionalidade será obtida mediante a aplicação da regra de três simples em relação à pontuação máxima prevista na alínea ‘d’ do subitem 12.3.1.

11.10.2. Os relatos deverão estar formalmente referendados pelos respectivos clientes e NÃO podem referir-se a ações de comunicação solicitadas e ou aprovadas pela ora CÂMARA. A formalização do referendo deverá ser feita no próprio relato elaborado pela LICITANTE, na última página, devendo constar a indicação do nome empresarial do cliente, o nome e o cargo ou

função do signatário. Todas as páginas do relato devem estar assinadas pelo autor do referendo.

11.10.3. É permitida a inclusão de até 2 (duas) peças e/ou material, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça, para cada relato. Se incluídas:

- a) as peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD ou CD;
- b) as peças gráficas poderão integrar o caderno específico previsto no subitem 11.9, em papel A4 ou A3 dobrado, ou ser apresentadas separadamente. Em qualquer dos casos, deverão ser indicadas suas dimensões originais;
- c) para cada peça e ou material, deverá ser apresentada ficha técnica com a indicação sucinta do problema que se propuseram a resolver.

12. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

12.1. A Subcomissão Técnica prevista no subitem 18.2 deste Edital analisará as Propostas Técnicas das LICITANTES quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Edital e em seus anexos.

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

12.2.1. PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

12.2.1.1. Raciocínio Básico: a acuidade de compreensão:

- a) das funções e do papel da CÂMARA nos contextos social, político e econômico;
- b) da natureza, da extensão e da qualidade das relações da CÂMARA com seus públicos;
- c) das características da CÂMARA e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária;
- d) sobre a natureza e a extensão do objeto da licitação;
- e) do(s) desafio(s) ou do(s) problema(s), geral(is) e/ou específico(s), de comunicação a ser(em) enfrentado(s) pela CÂMARA;
- f) das necessidades de comunicação da CÂMARA para enfrentar esse(s) desafio(s) ou problema(s).

12.2.1.2. Estratégia de Comunicação Publicitária:

- a) a adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza e à qualificação da CÂMARA e a seu(s) desafio(s) ou problema(s), geral(is) e/ou específico(s), de comunicação;
- b) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito propostos;
- c) a riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação da CÂMARA com seus públicos;
- d) a adequação e a exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do(s) desafio(s) ou do(s) problema(s), geral(is) e/ou específico(s), de comunicação da CÂMARA;
- e) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta;
- f) a capacidade de articular os conhecimentos sobre a CÂMARA, o mercado no qual se insere, seu(s) desafio(s) ou problema(s), geral(is) e/ou específico(s), de comunicação, seus públicos, os resultados e metas por ele desejadas e a verba disponível.

12.2.1.3. Ideia Criativa:

- a) sua adequação ao(s) desafio(s) ou problema(s), geral(is) e/ou específico(s), de comunicação da CÂMARA;
- b) sua adequação à estratégia de comunicação publicitária sugerida pela LICITANTE;
- c) sua adequação ao universo cultural dos segmentos de público-alvo;
- d) a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;
- e) a originalidade da combinação dos elementos que a constituem;
- f) a simplicidade e objetividade da forma sob a qual se apresenta;
- g) sua pertinência às atividades da CÂMARA e à sua inserção nos contextos social, político e econômico;
- h) os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças e ou material apresentados;
- i) a exequibilidade das peças e ou do material;

j) a compatibilidade da linguagem utilizada nas peças e ou no material aos meios e aos públicos propostos.

12.2.1.4. Estratégia de Mídia e Não Mídia:

- a) o conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público prioritários;
- b) a capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos;
- c) a consistência do plano simulado de distribuição das peças e ou do material em relação às duas alíneas anteriores;
- d) a pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos de comunicação próprios da CÂMARA;
- e) a economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças e ou do material;
- f) a otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa.

12.2.2. Capacidade de atendimento:

- a) clientes da licitante e o conceito de seus produtos e serviços no mercado;
- b) a experiência dos profissionais da LICITANTE em atividades publicitárias;
- c) a adequação das qualificações e das quantificações desses profissionais à estratégia de comunicação publicitária da CÂMARA;
- d) a adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que estarão à disposição da execução do contrato;
- e) a operacionalidade do relacionamento entre a CÂMARA e a LICITANTE, esquematizado na proposta;
- f) a relevância e a utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que a LICITANTE colocará regularmente à disposição da CÂMARA, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato.

12.2.3. Repertório:



- a) a ideia criativa e sua pertinência ao problema que a LICITANTE se propôs a resolver;
- b) a qualidade da execução e do acabamento da peça e/ou material;
- c) a clareza da exposição das informações prestadas.

12.2.4. Relatos de soluções de problemas de comunicação:

- a) a evidência de planejamento publicitário;
- b) a consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução;
- c) a relevância dos resultados apresentados;
- d) a concatenação lógica da exposição.

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

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

a) PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA: 50 (cinquenta), assim distribuídos (subitens a.1 a a.4):

- a.1) Raciocínio Básico: 10 (dez);
- a.2) Estratégia de Comunicação Publicitária: 10 (dez);
- a.3) Ideia Criativa: 20 (vinte);
- a.4) Estratégia de Mídia e Não Mídia: 10 (dez).

b) CAPACIDADE DE ATENDIMENTO: 20 (vinte).

c) REPERTÓRIO: 15 (quinze).

d) RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO: 15 (quinze).

12.3.2. A pontuação do quesito corresponderá à média aritmética dos pontos de cada membro da Subcomissão Técnica.

12.3.2.1. 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, de conformidade com os critérios objetivos previstos neste Edital.

12.3.2.2. 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.

12.3.3. A nota de cada LICITANTE corresponderá à soma dos pontos dos quesitos.

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

12.4. Será desclassificada a Proposta que:

- a) não atender às exigências do presente Edital e de seus anexos;
- b) não alcançar, no total, a nota mínima de 60 (sessenta) pontos;
- c) obtiver pontuação zero em quaisquer dos quesitos ou subquesitos a que se referem os subitens 12.2.1.1 a 12.2.1.4 e 12.2.2. a 12.2.4.

12.5. Em caso de empate, será considerada como classificada em primeiro lugar a LICITANTE que tiver obtido a maior pontuação, sucessivamente, nos quesitos correspondentes aos subitens 12.2.1, 12.2.2, 12.2.3 e 12.2.4.

12.6. Persistindo o empate, a decisão será feita por sorteio em ato público marcado pela Comissão Especial de Licitação, cuja data será divulgada na forma do item 21 deste Edital e para o qual serão convidadas todas as LICITANTES.

13. APRESENTAÇÃO E ELABORAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇOS

13.1. A Proposta de Preços da LICITANTE deverá ser:

- a) apresentada em papel que identifique a LICITANTE, ter suas páginas numeradas sequencialmente e ser redigida em língua portuguesa, salvo quanto a expressões técnicas de uso corrente, com clareza, sem emendas ou rasuras;
- b) datada e assinada nos documentos referidos nos subitens 13.2 e 13.3, por quem detenha poderes de representação da LICITANTE, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado;
- c) elaborada em dois documentos distintos, descritos nos subitens 13.2 e 13.3.

13.2. A LICITANTE deverá apresentar Planilha de Preços Sujeitos a Valoração, a ser elaborada apenas com as informações constantes do Anexo III.

13.3. A LICITANTE deverá elaborar declaração na qual:

- a) estabelecerá os percentuais máximos a serem pagos pela CÂMARA:
 - a.1) aos detentores de direitos patrimoniais sobre trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos de autor e conexos, na reutilização de peças por período igual ao inicialmente ajustado;
 - a.2) aos detentores dos direitos patrimoniais sobre obras consagradas, incorporadas a peças, em relação ao valor original da cessão desses direitos, na reutilização das peças por período igual ao inicialmente ajustado.
- b) comprometer-se-á a envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores de serviços especializados e veículos, quando for o caso, transferindo à CÂMARA as vantagens obtidas.
- c) informará estar ciente e de acordo com as disposições alusivas a direitos autorais estabelecidas na Cláusula Décima da minuta de contrato (Anexo IV).

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

14. VALORAÇÃO DAS PROPOSTAS DE PREÇOS

14.1. 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.

14.2. Será desclassificada a Proposta de Preços que apresentar preços baseados em outra Proposta ou que contiver qualquer item condicionante para a prestação dos serviços.

14.3. Os critérios de avaliação são aqueles detalhados na Planilha constante do Anexo III deste Edital, ressalvando-se que, nos termos do art. 67 da Lei nº 14.133, de 1º de abril de 2021, NÃO será aceito:

- a) desconto inferior a 30% (trinta por cento) e superior a 60% (sessenta por cento) em relação aos preços previstos na tabela do Sindicato das Agências de Propaganda de Goiás, a título de ressarcimento dos custos internos dos serviços executados pela licitante;
- b) percentual de honorários inferior a 10% (dez por cento), e superior a 15% (quinze por cento), incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes à execução do Contrato;
- c) percentual de honorários inferior a 10% (dez por cento), e superior a 15% (quinze por cento), incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material cuja distribuição proporcione à LICITANTE o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº. 4.680, de 18/06/1965.
- d) percentual de honorários inferior a 10% (dez por cento), e superior a 15% (quinze por cento), incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material cuja distribuição NÃO

proporcione à LICITANTE o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº. 4.680, de 18/06/1965.

14.4. A nota da Proposta de Preços será apurada conforme a metodologia a seguir.

14.4.1. A Comissão Permanente de Licitação calculará os pontos de cada quesito a ser valorado, conforme a seguinte tabela:

Desconto/Honorários	Pontos (P)
Percentual de desconto sobre os custos dos serviços previstos na alínea ‘a’ do subitem 14.3	$P1 = 0,7 \times \text{Desconto}$
Percentual de honorários incidente sobre os preços dos serviços previstos na alínea ‘b’ do subitem 14.3	$P2 = 2,6 \times (15 - \text{Honorários})$
Percentual de honorários incidente sobre os preços dos serviços previstos na alínea ‘c’ do subitem 14.3	$P3 = 3,0 \times (15 - \text{Honorários})$
Percentual de honorários incidente sobre os preços dos serviços previstos na alínea ‘d’ do subitem 14.3	$P4 = 3,0 \times (20 - \text{Honorários})$

Para efeito de cálculo dos pontos de cada licitante, os termos ‘desconto’ e ‘honorários’ serão substituídos nas fórmulas da coluna Pontos pelas respectivas percentagens constantes de sua Planilha de Preços Sujeitos a Valoração, sem o símbolo ‘%’.

14.4.2. A nota de cada Proposta de Preços corresponderá à soma algébrica dos pontos obtidos nos quesitos constantes da tabela referida no subitem 14.4, como segue: $P = P1 + P2 + P3 + P4$

14.4.3. A Proposta de Preços que obtiver a maior nota será considerada como a de menor preço.

14.4.3.1. Se houver empate, será considerada como de menor preço a Proposta que apresentar, sucessivamente:

- a) o maior percentual de desconto sobre os custos internos dos serviços executados pela licitante;
- b) o menor percentual de honorários incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes à execução do contrato;
- c) o menor percentual de honorários referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material cuja distribuição NÃO proporcione à licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores.

15. JULGAMENTO FINAL DAS PROPOSTAS

15.1. O julgamento final das propostas nesta Concorrência seguirá o critério de técnica e preço, conforme estabelecido no art. 56, inciso II, da Lei nº 14.133, de 1º de abril de 2021.

15.2. Será considerada vencedora do julgamento final das Propostas a LICITANTE que obtiver a maior pontuação na nota final, calculada através da soma da nota final da proposta técnica com a nota de preço, conforme a seguinte expressão:

$$NF = \frac{(NPT*7+NP*3)}{10}, \text{ onde:}$$

NF = Nota Final

NPT = Nota da Proposta Técnica

NP = Nota da Proposta de Preços

15.1. Em caso de empate, proceder-se-á a sorteio público, em data designada pela Comissão Permanente de Licitação a ser divulgada na forma do item 21.1 deste Edital, para o qual serão convidadas todas as LICITANTES.

16. ENTREGA E FORMA DE APRESENTAÇÃO DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

16.1. Os Documentos de Habilitação deverão ser entregues à Comissão Permanente de Licitação apenas pelas LICITANTES classificadas no julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços, em dia, hora e local por ela estipulados.

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

Envelope nº. 5

Documentos de Habilitação

Nome empresarial e CNPJ da licitante

Concorrência nº. 001/2025

16.1.2. O Envelope nº. 5 será providenciado pela LICITANTE e pode ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até sua abertura.

16.1.3. Os Documentos de Habilitação deverão ter todas as suas páginas numeradas e rubricadas por representante legal da LICITANTE e deverão ser apresentados, alternativamente, em original, em cópia autenticada por cartório competente, sob a forma de publicação em órgão da Imprensa Oficial ou em cópia não autenticada, desde que seja exibido o original, para conferência pela Comissão Permanente de Licitação, no ato da abertura dos Documentos de Habilitação. Só

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

16.2. Para se habilitar, a LICITANTE deverá apresentar a Documentação na forma prevista nos subitens 16.2.1 a 16.4.

16.2.1. Habilitação Jurídica:

- a) cédula de identidade dos responsáveis legais da LICITANTE;
- b) registro comercial, em caso de empresa individual;
- c) ato constitutivo, estatuto ou contrato social em vigor, em se tratando de sociedades comerciais, devidamente registrado e acompanhado de documentos de eleição de seus administradores, quando se tratar de sociedades por ações;

c.1) os documentos mencionados na alínea ‘c’ deverão estar acompanhados de suas alterações ou da respectiva consolidação e deles deverá constar, entre os objetivos sociais, a execução de atividades da mesma natureza ou compatível com o objeto desta Concorrência;

16.2.2. Regularidade Fiscal:

- 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;
- 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 em que estiver localizada a sede da LICITANTE;
- e) Certidão Negativa de Débito junto à Previdência Social - CND, em vigor na data de apresentação dos Documentos de Habilitação;
- f) Certificado de Regularidade de Situação do Fundo de Garantia do Tempo de Serviço - FGTS, em vigor na data de apresentação dos Documentos de Habilitação.

16.2.2.1. 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 para o respectivo documento.

16.2.3. Qualificação Técnica:

- a) ao menos uma declaração, expedidas por pessoas jurídicas de direito público ou privado, que ateste que a LICITANTE prestou à declarante serviços compatíveis com os do objeto desta Concorrência;
- b) cópia autenticada do certificado de qualificação técnica de funcionamento de que trata o art. 4º, caput, e seu § 1º, da Lei nº. 12.232, de 29/04/2010, obtido perante O Conselho Executivo das Normas-Padrão (CENP).

16.2.4. Qualificação Econômico-financeira:

a) Certidão Negativa de Falência, Concordata ou Recuperação Judicial expedida pelo Distribuidor da sede fiscal da pessoa jurídica, emitida em até 90 (noventa) dias corridos antes da data de apresentação dos Documentos de Habilitação;

a.1) 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, vedada a sua substituição por balancetes ou balanços provisórios, podendo ser atualizado por índices oficiais quando encerrado a mais de 3 (três) meses da data de apresentação das Propostas;

b.1) a LICITANTE com menos de um ano de existência, que ainda não tenha balanço, deverá apresentar demonstrações contábeis envolvendo seus direitos, obrigações e patrimônio líquido relativos ao período de sua existência;

b.2) entenda-se por “na forma da lei”:

I - sociedades empresariais em geral: registrado ou autenticado na Junta Comercial da sede ou do domicílio da Licitante, acompanhado de cópia do termo de abertura e de

encerramento do Livro Diário do qual foi extraído (art. 5º, § 2º, do Decreto-Lei nº. 486, de 3/03/1969);

II - sociedades empresárias, especificamente no caso de sociedades anônimas regidas pela Lei nº. 6.404, de 15/12/1976: registrado ou autenticado na Junta Comercial da sede ou domicílio da licitante e publicado em Diário Oficial e em Jornal de grande circulação (art. 289, caput, e seu § 5º, do mesmo diploma legal);

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 na Junta Comercial.

16.2.4.1. 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 16.2.4, 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):

Ativo Circulante + Realizável a Longo Prazo

LG = Passivo Circulante + Exigível a Longo Prazo

Ativo Total

SG = Passivo Circulante + Exigível a Longo Prazo

Ativo Circulante

LC = Passivo Circulante

b) das demonstrações contábeis referidas na alínea ‘b.1’ do subitem 16.2.4, cujo Índice de Solvência, obtido conforme fórmula a seguir, terá de ser maior ou igual a um (> ou = a 1):

S = Ativo Total

Passivo Exigível Total

16.2.4.2. Os índices de que tratam as alíneas ‘a’ e ‘b’ do subitem 16.2.4.1 serão calculados pela LICITANTE e confirmados pelo responsável por sua contabilidade, mediante sua assinatura e a indicação do seu nome e do seu número de registro no Conselho Regional de Contabilidade, com assinaturas reconhecidas por Cartório.

16.2.4.3. 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 16.2.4.1, deverá incluir no Envelope nº. 5 comprovante de que possui patrimônio líquido mínimo de R\$ 100.000,00 (cem mil reais).

16.2.5. A LICITANTE também deverá incluir no Envelope nº. 5 declaração de que a empresa não utiliza mão-de-obra direta ou indireta de menores, conforme disposições contidas na Lei Federal nº. 9.584, de 27/10/1999, de acordo com o modelo constante do Anexo V.

16.3. Se a LICITANTE tiver filial, todos os Documentos de Habilitação deverão estar ou em nome da matriz ou da filial, dependendo de quem é a LICITANTE, salvo aqueles documentos que, por sua natureza, comprovadamente, são emitidos em nome da matriz.

17. ANÁLISE DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

17.1. A Comissão Permanente de Licitação analisará os Documentos de Habilitação e julgará habilitadas todas as LICITANTES que atenderem integralmente aos requisitos de habilitação exigidos neste Edital e em seus anexos.

18. COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO E SUBCOMISSÃO TÉCNICA

18.1. Esta Concorrência será processada e julgada pela Comissão Permanente de Licitação, nomeada pelo Decreto nº 109/2021, de 12 de fevereiro de 2021, com exceção da análise e julgamento das Propostas Técnicas.

18.2. As Propostas Técnicas serão analisadas e julgadas por Subcomissão Técnica, composta por 3 (três) membros que sejam formados em comunicação, publicidade ou marketing ou que atuem em uma dessas áreas.

18.2.1. – Dentre os integrantes da Subcomissão Técnica, pelo menos, 1/3 (um terço) deles não poderão manter nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com a CÂMARA de Águas Lindas ou com órgão ou a entidade responsável pela licitação."

18.3. A escolha dos membros da Subcomissão Técnica dar-se-á por sorteio, em sessão pública, entre os nomes de uma relação que terá, no mínimo, o triplo do número de integrantes da subcomissão, previamente cadastrados pela CÂMARA.

18.3.1. A relação dos nomes referidos no subitem 18.3 deste Edital será publicada pela Comissão Permanente de Licitação 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, nos termos do § 4º do artigo 10 da Lei 12.232/2010.

18.3.2. 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 do número de membros que mantenham ou não vínculo com a CÂMARA, nos termos dos subitens 18.2.1 e 18.3.

18.3.4. Até 48 (quarenta e oito) horas antes da sessão pública destinada ao sorteio, qualquer interessado poderá impugnar pessoa integrante da relação a que se refere o subitem 18.3, mediante a apresentação à Comissão Permanente de Licitação de justificativa para a exclusão.



18.3.5. Admitida a impugnação, o impugnado terá o direito de abster-se de atuar na Subcomissão Técnica, declarando-se impedido ou suspeito, antes da decisão da autoridade competente.

18.3.6. A abstenção do impugnado ou o acolhimento da impugnação, mediante decisão fundamentada da autoridade competente, implicará, se necessário, a elaboração e a publicação de nova lista, sem o nome impugnado, respeitado o disposto neste item 18.

18.3.6.1. Será necessário publicar nova relação se o número de membros mantidos depois da impugnação restar inferior ao mínimo exigido no subitem 18.3.

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

18.3.7. A sessão pública para o sorteio será realizada após a decisão motivada da impugnação, em data previamente designada, garantidos o cumprimento do prazo mínimo previsto no subitem 18.3.1 e a possibilidade de fiscalização do sorteio por qualquer interessado.

19. PROCEDIMENTOS LICITATÓRIOS

19.1. Serão realizadas 4 (quatro) sessões públicas, observados os procedimentos previstos neste Edital e na legislação, das quais serão lavradas atas circunstanciadas dos atos e fatos dignos de registro, assinadas pelos membros da Comissão Permanente de Licitação e pelos representantes das LICITANTES presentes.

19.1.1. 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.

19.1.2. Os representantes das LICITANTES presentes poderão nomear comissão constituída de alguns entre eles para, em seu nome, tomar conhecimento e rubricar as Propostas e Documentos de Habilitação nas sessões públicas.

19.1.3. A Comissão Permanente de Licitação e a Subcomissão Técnica, conforme o caso, poderão, no interesse da CÂMARA, 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.

19.1.4. Os integrantes da Subcomissão Técnica NÃO poderão participar das sessões de recebimento e abertura dos envelopes com as Propostas Técnica e de Preços.

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

19.1.6. Antes do aviso oficial do resultado desta Concorrência, não serão fornecidas, a quem quer que seja, quaisquer informações referentes à adjudicação dos contratos ou à análise, avaliação ou comparação entre as propostas.

19.1.7. Qualquer tentativa de LICITANTE influenciar a Comissão Permanente de Licitação ou a Subcomissão Técnica no processo de julgamento das propostas resultará na sua desclassificação.

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

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

PRIMEIRA SESSÃO



19.2. A primeira sessão pública será realizada no dia, hora e local previstos no subitem 2.1 deste Edital e terá a seguinte pauta inicial:

- a) identificar os representantes das LICITANTES, por meio do documento exigido no subitem 8.1 deste Edital;
- b) receber os Envelopes números 1, 2, 3 e 4;
- c) conferir se esses envelopes estão em conformidade com as disposições deste Edital.

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

- a) estiver identificado;
- b) apresentar marca, sinal, etiqueta ou outro elemento que possibilite a identificação da LICITANTE antes da abertura do Envelope nº. 2;
- c) estiver danificado ou deformado pelas peças, material e ou demais documentos nele acondicionados de modo a possibilitar a identificação da LICITANTE antes da abertura do Envelope nº. 2.

19.2.1.1. Ante a ocorrência de qualquer das hipóteses previstas nas alíneas 'a', 'b' e 'c' do subitem 19.2.1, a Comissão Permanente de Licitação NÃO receberá o Envelope nº. 1, o que também a impedirá de receber os demais envelopes da mesma LICITANTE.

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

- a) rubricar, no fecho, sem abri-los, os Envelopes números 2 e 4, que permanecerão fechados sob a guarda e responsabilidade da Comissão Permanente de Licitação, e separá-los dos Envelopes números 1 e 3;
- b) abrir os Envelopes nº. 1 e rubricar seu conteúdo;
- c) abrir os Envelopes nº. 3 e rubricar seu conteúdo;

- d) colocar à disposição dos representantes das LICITANTES, para exame, os documentos que contiverem os Envelopes números 1 e 3;
- e) informar que as LICITANTES serão convocadas para a próxima sessão na forma do item 21 deste Edital.

19.2.2.1. A Comissão Permanente de Licitação, ANTES DO PROCEDIMENTO PREVISTO NA ALÍNEA 'b' DO SUBITEM 19.2.2, adotará medidas para evitar que seus membros e/ou os representantes das LICITANTES possam, ainda que acidentalmente, identificar a autoria de algum Plano de Comunicação Publicitária.

19.2.2.2. Se, ao examinar e ou rubricar os conteúdos dos Envelopes números 1 e 3, a Comissão Permanente 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 Permanente 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.

19.2.3. A Comissão Permanente 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.

19.2.4. Abertos os Envelopes números 1 e 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.

19.2.5. Se houver desistência expressa de todas as LICITANTES do direito de recorrer em relação às decisões tomadas pela Comissão Permanente de Licitação na primeira sessão, os procedimentos de licitação terão continuidade de acordo com o previsto no subitem 19.2.6 e seguintes. Caso contrário, a Comissão Permanente de Licitação divulgará o resultado na forma do item 21, abrindo-se o prazo de 5 (cinco) dias úteis para a interposição de recursos.

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

- a) encaminhamento, pela Comissão Permanente de 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;
- c) elaboração e encaminhamento, pela Subcomissão Técnica à Comissão Permanente 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) encaminhamento, pela Comissão Permanente de Licitação à Subcomissão Técnica, dos Envelopes nº. 3, com a Capacidade de Atendimento, o Repertório e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação;
- e) análise individualizada e julgamento, pela Subcomissão Técnica, da Capacidade de Atendimento, do Repertório e dos Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, de acordo com os critérios especificados neste Edital;
- f) elaboração e encaminhamento, pela Subcomissão Técnica à Comissão Permanente de Licitação, da ata de julgamento das Propostas referentes à Capacidade de Atendimento, ao Repertório e aos Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, de planilha com as pontuações e de justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso.

19.2.6.1. Se alguma Proposta Técnica for desclassificada com base na alínea ‘a’ do subitem 12.4 deste Edital, a Subcomissão Técnica atribuirá pontuação a cada quesito ou subquesito da Proposta, conforme as regras previstas neste Edital, e lançará sua pontuação em planilhas que ficarão acondicionadas em envelope fechado e rubricado no fecho pelos membros da Subcomissão Técnica, até que expire o prazo para recursos relativos a essa fase.

19.2.6.1.1. O disposto no subitem precedente não se aplica aos casos em que o descumprimento de regras previstas neste Edital resulte na identificação da LICITANTE antes da abertura dos Envelopes nº. 2.

19.2.7. As planilhas previstas nas alíneas ‘c’ e ‘f’ do subitem 19.2.6 conterão, respectivamente, as pontuações de cada membro para cada subquesito do Plano de Comunicação Publicitária de cada LICITANTE e as pontuações de cada membro para os quesitos Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação de cada LICITANTE.

SEGUNDA SESSÃO

19.3. Após receber as atas de julgamento das Propostas Técnicas (Envelopes números 1 e 3), respectivas planilhas de julgamento e demais documentos elaborados pela Subcomissão Técnica, a Comissão Permanente de Licitação convocará as LICITANTES, na forma do item 21 deste Edital, para participar da segunda sessão pública, com a seguinte pauta básica:

- a) identificar os representantes das LICITANTES presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;
- b) abrir os Envelopes nº. 2;
- c) cotejar as vias identificadas (Envelope nº. 1) com as vias não identificadas (Envelope nº. 2) 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 será publicado na forma do item 21 deste Edital, com a indicação dos licitantes classificados e desclassificados, em ordem de classificação, abrindo-se o prazo de 3 (três) dias úteis para interposição de recurso, conforme disposto no art. 165, § 1º, da Lei nº 14.133, de 1º de abril de 2021

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

TERCEIRA SESSÃO

19.4. 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, na forma do item 21 deste Edital, para participar da terceira sessão pública, com a seguinte pauta básica:

- a) identificar os representantes das LICITANTES presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;
- b) abrir os Envelopes nº. 4, com a Proposta de Preços, cujos documentos serão rubricados pelos membros da Comissão Permanente de Licitação e pelos representantes das LICITANTES presentes ou por comissão por eles indicada;
- c) colocar à disposição dos representantes das LICITANTES, para exame, os documentos integrantes dos 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 e dar conhecimento do resultado aos representantes das LICITANTES presentes;
- f) proclamar o resultado do julgamento geral da Proposta de Preço;
- g) Informar que o resultado do julgamento da proposta e o resultado final da licitação serão publicados na forma do item 21 deste Edital, com a indicação da ordem de classificação, abrindo-se o prazo de 3 (três) dias úteis para interposição de recurso, conforme disposto no art. 165, § 1º, da Lei nº 14.133, de 1º de abril de 2021.

QUARTA SESSÃO

19.5. 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, 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 Permanente de Licitação e pelos representantes das LICITANTES presentes ou por comissão por eles indicada;
- c) analisar a conformidade dos Documentos de Habilitação com as condições estabelecidas neste Edital e na legislação em vigor;
- d) colocar à disposição dos representantes das LICITANTES, para exame, os documentos integrantes dos Envelopes nº. 5;
- e) informar:
 - e.1) o resultado da habilitação;
 - e.2) Informar que o resultado da habilitação será publicado na forma do item 21 deste Edital, com a indicação dos licitantes habilitados e inabilitados, abrindo-se o prazo de 3 (três) dias úteis para interposição de recurso, conforme disposto no art. 165, § 1º, da Lei nº 14.133, de 1º de abril de 2021.
 - e.3) 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.

20. HOMOLOGAÇÃO E ADJUDICAÇÃO

20.1. Não tendo sido interposto recurso na fase de habilitação, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, o Presidente da Câmara Municipal de Águas Lindas de Goiás homologará, ou não, o resultado desta Concorrência e, assim, adjudicará, ou não, seu objeto à LICITANTE vencedora.

21. DIVULGAÇÃO DOS ATOS LICITATÓRIOS

21.1. A juízo da Comissão Permanente de Licitação, todas as decisões referentes a esta Concorrência poderão ser divulgadas conforme a seguir, ressalvadas aquelas cuja publicação no Diário Oficial da União é obrigatória:

- a) nas sessões de abertura de envelopes;
- b) no Diário Oficial do Estado;
- c) no site da CÂMARA na internet: : <https://www.camaradeaguaslindas.go.gov.br>
- d) por qualquer outro meio que permita a comprovação inequívoca do recebimento da comunicação pelas LICITANTES.

22. RECURSOS ADMINISTRATIVOS

22.1. Eventuais recursos referentes à presente Concorrência deverão ser interpostos no prazo máximo de 5 (cinco) dias úteis a contar da intimação do ato ou da lavratura da ata, em petição escrita dirigida ao Presidente da Câmara Municipal de Águas Lindas de Goiás, por intermédio da Comissão Permanente de Licitação, no endereço mencionado no subitem 2.1.

22.2. Interposto o recurso, o fato será comunicado às demais LICITANTES, que poderão impugná-lo no prazo máximo de 5 (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 Prefeito de Águas Lindas de Goiás, ao a quem for incumbida a gestão municipal, que decidirá em 5 (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 ou impugnações até o seu término, vista ao autos do processo relativo a esta Concorrência, em local e horário a serem indicados pela Comissão Permanente de Licitação.

22.6. Os recursos das decisões referentes à habilitação ou inabilitação de licitante e julgamento de propostas terão efeito suspensivo, podendo a Comissão Permanente de Licitação – motivadamente e se houver interesse para a CÂMARA – atribuir efeito suspensivo aos recursos interpostos contra outras decisões.

23. DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA

23.1. As despesas com o contrato resultante desta concorrência, pelos primeiros 12 (doze) meses, estão estimadas em **R\$2.000.000,00 (dois milhões de reais)**, podendo ser prorrogado mediante Termo Aditivo por 60 meses, a critério da Câmara Municipal de Águas Lindas de Goiás, respeitada a vigência máxima, também a critério da contratante, poderá ser gerada Ata de(SRP),(ARP), documento onde são registrados os preços da licitação feita através de procedimento auxiliar o SRP.

LOCAL	DOTAÇÃO	FONTE	FICHA	ORGANOGRAMA	OBS
PODER LEGISLATIVO	1.0101.1000.1100	100.000	20250018	MANUTENÇA DE SERVIÇOS ADMINISTRATIVOS	SERVIÇOS DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA

23.3. Em havendo interesse da Administração e observados os requisitos e limites estabelecidos no art. 107 da Lei nº 14.133/2021, os contratos de serviços cuja execução seja contínua poderão ser prorrogados, sendo que as dotações orçamentárias necessárias para os pagamentos futuros serão consignadas nos respectivos orçamentos

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

23.5. ADESÃO DE ÓRGÃO OU ENTIDADE PÚBLICA NÃO PARTICIPANTE: Permite-se a adesão de outros entes federativos, em conformidade com a Lei 14.133/2021.

23.6. A faculdade de aderir à ata de registro de preços na condição de não participante poderá ser exercida:

23.7. Por órgãos e entidades da Administração Pública municipal, relativamente a ata de registro de preços de órgão ou entidade gerenciadora municipal.

23.8. As aquisições ou as contratações adicionais não poderão exceder, por órgão ou entidade,

23.9. a 100% (cem por cento) dos quantitativos dos itens do instrumento convocatório registrados na ata de registro de preços para o órgão gerenciador e para os órgãos participantes.

23.9.1. O quantitativo decorrente das adesões à ata de registro de preços não poderá exceder, na totalidade, ao dobro do quantitativo de cada item registrado na ata de registro de preços para o órgão gerenciador e órgãos participantes, independentemente do número de órgãos não participantes que aderirem.

23.9.2. A licitante vencedora ficará obrigada a revisar o serviço que vier a ser recusado, sem ônus para a Contratante, sendo que o ato de recebimento não importará sua aceitação.

23.9.3. Independentemente da aceitação, a adjudicatária garantirá a qualidade dos serviços obrigando-se a refazer aquele que estiver em desacordo com a proposta.

24. CONDIÇÕES CONTRATUAIS

24.1. A LICITANTE vencedora terá o prazo de até cinco (5) dias, contados da convocação, para apresentar a garantia prevista no subitem 25.1 deste Edital e assinar o instrumento de contrato, nos moldes da minuta que constitui o Anexo IV.



24.1.1. Caso o licitante vencedor não compareça para assinar o contrato e apresentar a comprovação da garantia contratual nos prazos estipulados no subitem 24.1 deste Edital, a Câmara poderá convocar os demais licitantes classificados, seguindo a ordem de classificação, para celebrar o contrato no mesmo prazo e nas mesmas condições ofertadas pelo licitante vencedor, ou poderá revogar a licitação, independentemente da aplicação das sanções previstas no art. 156 da Lei nº 14.133, de 1º de abril de 2021, conforme o disposto no art. 90 da mesma Lei."

24.3. O contrato para a execução dos serviços objeto deste Edital terá duração de 12 (doze) meses, contados a partir da data de sua assinatura.

24.3.1. Esse prazo poderá ser prorrogado, mediante acordo entre as partes e justificativa formal, nos termos do art. 107, § 2º, da Lei nº 14.133, de 1º de abril de 2021

24.4. A Câmara poderá rescindir o contrato unilateralmente, a qualquer tempo, independentemente de notificação judicial ou extrajudicial, sem que assista à contratada qualquer direito indenizatório, nos casos previstos na Lei nº 14.133, de 1º de abril de 2021, e no contrato a ser firmado entre as partes, com a exceção do disposto no art. 138, § 3º, da mesma Lei.

24.5. Em caso de rescisão do contrato por descumprimento contratual. Isso acarretará, independentemente de qualquer procedimento judicial ou extrajudicial por parte da CÂMARA, a retenção dos créditos decorrentes do contrato, limitada ao valor dos prejuízos causados, além das sanções previstas neste Edital e em lei, até a completa indenização dos danos.

24.6. À contratada poderão ser aplicadas as sanções administrativas previstas no art. 156 da Lei nº 14.133, de 1º de abril de 2021, e as demais sanções e penalidades previstas nesta Lei e no contrato a ser firmado entre as partes.

24.7. 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.

24.8. 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.

24.9. A contratada, independentemente de solicitação, deverá prestar esclarecimentos à CÂMARA sobre eventuais atos ou fatos desabonadores noticiados que a envolvam.

24.10. A contratada só poderá divulgar informações acerca da prestação dos serviços objeto desta Concorrência, que envolva o nome da CÂMARA, se houver expressa autorização deste.

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

24.12. A contratada obriga-se a manter, durante toda a execução do contrato, as condições de qualificação e habilitação exigidas nesta Concorrência, incluída a certificação de qualificação técnica de atendimento de que tratam o art. 4º e seu § 1º da Lei nº. 12.232, de 29/04/2010.

24.13. A CÂMARA avaliará, semestralmente, os serviços prestados pela contratada, nos termos do subitem 7.11 da Cláusula Sétima da minuta de contrato (Anexo IV).

24.14. Integrarão o contrato a ser firmado, independentemente de transcrição, as condições estabelecidas neste Edital e em seus anexos, os elementos apresentados pela LICITANTE vencedora que tenham servido de base para o julgamento desta Concorrência.

25. GARANTIA

25.1. Será exigida, para a assinatura do contrato, a prestação de garantia em favor da Câmara correspondente a 2% (dois por cento) do valor mencionado no subitem 23.1 deste Edital, em uma das modalidades previstas no art. 96 da Lei nº 14.133, de 1º de abril de 2021, à escolha do licitante vencedora:

- a) caução em dinheiro ou títulos da dívida pública;
- b) seguro-garantia;
- c) fiança bancária.

25.2. Em se tratando de garantia prestada por meio de caução em dinheiro, esta será devolvida atualizada monetariamente, nos termos do art. 96, § 3º, da Lei nº 14.133, de 1º de abril de 2021.

25.3. Se a opção de garantia for pelo seguro-garantia:

- a) seu prazo de validade deverá corresponder ao período de vigência do contrato, acrescido de trinta dias;
- b) a apólice deverá indicar a CÂMARA como beneficiário;
- c) não será aceita apólice que contenha cláusula contrária aos interesses da CÂMARA.

25.4. Se a opção for pela fiança bancária, esta deverá ter:

- a) prazo de validade correspondente ao período de vigência do contrato, acrescido de trinta dias;
- b) expressa afirmação do fiador de que, como devedor solidário, fará o pagamento à CÂMARA, independentemente de interpelação judicial, caso o afiançado não cumpra suas obrigações;
- c) renúncia expressa do fiador ao benefício de ordem e aos direitos previstos nos artigos 827 e 838 do Código Civil Brasileiro (Lei nº. 10.406, de 10/01/2002);
- d) cláusula que assegure a atualização do valor afiançado, de acordo com o previsto neste Edital.

25.4. Se a opção for por título da dívida pública, este deverá:

- a) ter valor de mercado correspondente ao valor garantido e ser reconhecido pelo Governo Federal, constando entre aqueles previstos na legislação específica;
- b) ter sido emitido sob a forma escritural, mediante registro em sistema centralizado de liquidação e de custódia autorizado pelo Banco Central do Brasil, podendo a CÂMARA recusar o título ofertado, caso verifique a ausência desses requisitos.

25.5. A garantia prestada pela contratada será liberada ou restituída após o término da vigência do contrato, no prazo de 30 (trinta) dias úteis, contados da respectiva solicitação, mediante a certificação pelo gestor do contrato de que os serviços foram realizados a contento.

25.6. Se o valor da garantia for utilizado em pagamento de quaisquer obrigações, inclusive indenização a terceiros, a contratada se obriga a fazer a respectiva reposição, no prazo máximo e improrrogável de 30 (trinta) dias úteis, a contar da data em que for notificada pela CÂMARA.

25.7. Se houver acréscimo ao valor do contrato, a contratada se obriga a fazer a complementação da garantia no prazo máximo de 30 (trinta) dias úteis, a contar da data que for notificada pela CÂMARA.

26. REMUNERAÇÃO E PAGAMENTO

26.1. A remuneração à contratada, pelos serviços prestados, será feita nos termos das Cláusulas Oitava e Nona da minuta de contrato (Anexo IV), consoante os preços estabelecidos em sua Proposta de Preços.

26.2. A forma e as condições de pagamento são as constantes da Cláusula Décima Primeira da minuta de contrato (Anexo IV).

27. FISCALIZAÇÃO

27.1. Será nomeado um gestor para executar a fiscalização do contrato resultante desta Concorrência e registrar em relatório todas as ocorrências, deficiências, irregularidades ou falhas porventura observadas na execução dos serviços, e terá poderes, entre outros, para notificar a contratada objetivando sua imediata correção, nos termos da Cláusula Sétima da minuta de contrato (Anexo IV).

28. SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

28.1. O descumprimento total ou parcial das obrigações assumidas pela contratada, sem justificativa aceita pela CÂMARA, 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 IV).

28.2. Caso o licitante vencedor se recuse a assinar o contrato ou a prestar a garantia contratual, a Câmara aplicará multa compensatória de 10% (dez por cento) sobre o valor total



estimado da contratação, além de poder aplicar as sanções administrativas previstas no art. 156 da Lei nº 14.133, de 1º de abril de 2021, e outras sanções e penalidades previstas nesta Lei.

29. DISPOSIÇÕES FINAIS

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

29.1.1. A Comissão Permanente de Licitação ou autoridade superior deverão adotar os cuidados necessários para preservar o sigilo quanto à autoria da via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária, até a abertura do Envelope nº. 2.

29.2. A Comissão Permanente 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 Concorrência.

29.3. Até a assinatura do contrato, a LICITANTE vencedora poderá ser desclassificada se a CÂMARA tiver conhecimento de fato desabonador à sua classificação ou à sua habilitação, conhecido após o julgamento de cada fase.

29.3.1. Se ocorrer a desclassificação da LICITANTE vencedora por fatos referidos no subitem precedente, a CÂMARA poderá convocar as LICITANTES remanescentes por ordem de classificação ou revogar esta Concorrência.

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

29.5. 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.

29.6. Se houver indícios de conluio entre as LICITANTES ou de qualquer outro ato de má-fé, a CÂMARA comunicará os fatos verificados à Secretaria de Direito Econômico do Ministério da Justiça e ao Ministério Público Estadual para as providências devidas.

29.7. 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. 155 da Lei nº. 14.133, de 01/04/2021.

29.8. Antes do aviso oficial do resultado desta Concorrência, não serão fornecidas, a quem quer que seja, quaisquer informações referentes à adjudicação do contrato ou à análise, avaliação ou comparação entre as propostas.

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

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

29.11. Correrão por conta da CÂMARA as despesas que incidirem sobre a formalização do contrato, aí incluídas as decorrentes de sua publicação, que deverá ser efetivada em extrato, no Diário Oficial do Estado e/ou na forma legal estabelecida para a CÂMARA de Águas Lindas de Goiás, na forma prevista nos arts. 91º, inciso V, parágrafo único, da Lei nº. 14.133, de 01/04/2021.

29.12. As questões suscitadas por este Edital que não possam ser dirimidas administrativamente serão processadas e julgadas na Justiça Estadual, foro da Comarca de Águas Lindas de Goiás,



com exclusão de qualquer outro, por mais privilegiado que seja.

29.13. Integram este Edital os seguintes anexos:

- a) **Anexo I: Briefing;**
- b) **Anexo II: Modelo de Procuração;**
- c) **Anexo III: Declaração de Preços Sujeitos a Valoração;**
- d) **Anexo IV: Minuta de Contrato;**
- e) **Anexo V: Declaração Relativa ao Trabalho de Menores.**

Águas Lindas de Goiás-GO, 03 de abril de 2025

Tauane Martins Moura
Presidente da Comissão Permanente de Licitação

ANEXO I

CONCORRÊNCIA PÚBLICA N.º 000001-2025 SERVIÇOS DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA

BRIEFING

1. INTENÇÃO

Este documento tem como objetivo orientar as agências de publicidade que desejam participar da concorrência nº 00001 da Câmara Municipal de Águas Lindas de Goiás destinada a selecionar a melhor proposta para prestar serviço de publicidade ao órgão, de acordo com o Edital e seus anexos.

SITUAÇÃO GEOECONÔMICA

Águas Lindas de Goiás, localizada a 50 quilômetros da Capital Federal, Brasília, e inicialmente conhecida como Parque da Barragem, foi desmembrada do município de Santo Antônio do Descoberto em 24 de dezembro de 1995, por meio da Lei nº 1279. Como uma cidade integrante da Região Integrada de Desenvolvimento do Entorno (RIDE), Águas Lindas enfrenta diversas dificuldades que são comuns a outras cidades da região.

A cidade cresceu de forma desordenada, atraindo migrantes do Distrito Federal que buscavam alternativas diante dos altos custos de aluguel. Grande parte dessa população é de baixa renda, que adquiriu lotes a preços acessíveis. No entanto, esse rápido crescimento trouxe à tona uma série de desafios significativos.

Entre as principais dificuldades enfrentadas por Águas Lindas estão:

Transporte: A precariedade do transporte público é u

m problema recorrente, dificultando o deslocamento dos cidadãos para Brasília e outras áreas da RIDE.

Comunicação: A infraestrutura de comunicação na cidade ainda é insuficiente, o que limita o acesso à informação e a serviços essenciais.

capacidade de atendimento, resultando em dificuldades no acesso a cuidados médicos adequados.

Infraestrutura: A falta de planejamento urbano e a rápida urbanização resultaram em problemas de infraestrutura, como ruas em más condições, escassez de saneamento básico e serviços públicos inadequados.

Com uma população de 217.698 habitantes, segundo dados do IBGE de 2020, Águas Lindas é a 6ª maior cidade do estado de Goiás, o que ressalta a urgência de intervenções que promovam melhorias nas condições de vida e enfrentem as características desafiadoras da região.

SITUAÇÃO DA ATUAL LEGISLATURA

É fundamental que a Câmara Municipal se torne um verdadeiro canal de diálogo e interação com a população. Para isso, estamos comprometidos em criar espaços onde os moradores possam ser ouvidos e seus anseios atendidos. A proposta é estabelecer canais de solicitações de serviços, de prestação de contas e de participação ativa, promovendo uma comunicação mais efetiva e transparente.

Em tempos de crise, a necessidade de conexão com a comunidade se torna ainda mais relevante. Os vereadores devem estar atentos às demandas da população e ao manejo das verbas disponíveis, garantindo que os recursos sejam direcionados para atender às necessidades específicas da comunidade. A Câmara está ciente de que a população merece cuidados especiais, e por isso, estamos dedicados a um trabalho colaborativo e próximo dos cidadãos.

Os desafios são significativos, especialmente em uma cidade com tanto potencial e uma população crescente, como todas as cidades da Região Metropolitana. Para enfrentar esses desafios, é essencial que utilizemos todos os canais de comunicação disponíveis, abrangendo tanto as plataformas online quanto as offline. Acreditamos que todos têm o direito à informação, e nosso objetivo é garantir que cada cidadão tenha acesso às decisões dos poderes Legislativo e da execução das ações do poder executivo..

Mesmo diante das dificuldades, a Legislatura se compromete a manter a transparência em relação à situação financeira do município, informando a população sobre os gastos e os projetos de lei em andamento. Além disso, buscamos engajar os cidadãos na administração e no desenvolvimento da cidade, promovendo a conscientização sobre o papel ativo que cada um pode desempenhar.

Com uma visão de progresso integrado, o poder administrativo do município reafirma seu compromisso em trabalhar de forma transparente e participativa, sempre pensando no bem-estar da população e na construção de uma cidade melhor para todos.

DIFICULDADE INERENTE DE COMUNICAÇÃO

O poder legislativo municipal enfrenta grandes desafios que se assemelham às dificuldades características do poder executivo, especialmente em relação à comunicação com a população. Em Águas Lindas de Goiás, assim como em outras cidades da Região do Entorno do Distrito Federal, essa problemática é ainda mais pronunciada devido à falta de veículos de comunicação regionais e locais.

Cidades como Santo Antônio do Descoberto, Novo Gama, Cidade Ocidental, Cristalina, Padre Bernardo e Luziânia sofrem com a influência predominante dos meios de comunicação de Brasília. Isso gera uma desconexão entre a população e o estado de Goiás, dificultando o entendimento e a percepção das ações e decisões tomadas para a melhoria do nosso município e da região como um todo.

Diante dessa realidade, é fundamental que a Câmara Municipal de Águas Lindas busque formas de superar esses desafios de comunicação. Precisamos criar meios eficazes de interação e integração com a comunidade, conectando os cidadãos às decisões do poder legislativo. Isso inclui informar a população sobre a aprovação de projetos, a alocação do orçamento e a destinação de verbas para obras e serviços essenciais.

Propondo a implementação de canais de comunicação mais acessíveis e eficientes, como plataformas digitais, rádio comunitária e eventos presenciais, podemos facilitar o acompanhamento das atividades dos vereadores e a transparência nas ações do executivo local. É crucial que a população sinta que tem voz ativa e que suas opiniões e necessidades são levadas em consideração nas decisões que afetam suas vidas.

Ao fortalecer essa conexão, estaremos contribuindo para uma governança mais participativa e informada, onde a comunidade se sinta parte do processo legislativo e possa colaborar na construção de soluções que beneficiem a todos.



META DE COMUNICAÇÃO

Objetivo: Criar e implementar um plano de comunicação que promova a transparência, a participação cidadã e a conscientização sobre as ações do poder legislativo municipal, visando fortalecer a relação entre os representantes eleitos do povo com a população municipal.

Campanhas de Conscientização:

Lançar campanhas educativas sobre o papel do legislativo e a importância da participação cidadã, utilizando materiais gráficos, vídeos e eventos presenciais.

Promover iniciativas que incentivem a população a acompanhar e participar do processo legislativo, como concursos ou desafios que estimulem a interação nas redes sociais

Indicadores de Sucesso:

Aumento do número de seguidores e interações nas redes sociais.

Feedback positivo da população sobre a eficácia da comunicação e transparência das ações da Câmara.

PÚBLICO-ALVO

A campanha deve atingir toda a população local para mostrar as realizações da Câmara. É necessário que por meio desta comunicação, os moradores se sintam bem cuidados e com assistidos, com o senso de esperança e de transformação.

Importante também atingir os meios de comunicação e os formadores de opinião, para que a informação chegue ao maior número de pessoas, fazendo com que a população esteja por dentro de tudo que acontece na Câmara de Vereadores e no poder executivo, qual importância do poder legislativo nas ações do poder executivo diariamente e de todos os projetos de interesse da população,.

VERBA PREFERENCIAL

As agências licitantes deverão apresentar, com base nas informações acima descritas, uma campanha que atenda aos objetivos de comunicação com verba para criação, produção e veiculação em valor estimado de R \$250.000,00 (duzentos e cinquenta mil reais), para período de abril de 2025 por 30 dias.

ORIENTAÇÕES E INFORMAÇÕES COMPLEMENTARES

Para mais informações a licitante deve acessar o site da Câmara –
<https://www.camaradeaguaslindas.go.gov.br/>

TERMO DE REFERÊNCIA

1. OBJETIVO

O poder legislativo municipal enfrenta grandes desafios que se assemelham às dificuldades características do poder executivo, especialmente em relação à comunicação com a população. Em Águas Lindas de Goiás, assim como em outras cidades da Região do Entorno do Distrito Federal e da (RIDE) Região Integrada de Desenvolvimento do Distrito Federal e Entorno, essa problemática é ainda mais pronunciada devido à falta de veículos de comunicação regionais e locais.

Cidades como Santo Antônio do Descoberto, Novo Gama, Cidade Ocidental, Cristalina, Padre Bernardo e Luziânia sofrem com a influência predominante dos meios de comunicação de Brasília. Isso gera uma desconexão entre a população e o estado de Goiás, dificultando o entendimento e a percepção das ações e decisões tomadas para a melhoria do nosso município e da região como um todo.

Diante dessa realidade, é fundamental que a Câmara Municipal de Águas Lindas busque formas de superar esses desafios de comunicação. Precisamos criar meios eficazes de interação e integração com a comunidade, conectando os cidadãos às decisões do poder legislativo. Isso inclui informar a população sobre a aprovação de projetos, a alocação do orçamento e a destinação de verbas para obras e serviços essenciais.

Propondo a implementação de canais de comunicação mais acessíveis e eficientes, como plataformas digitais, rádio comunitária e eventos presenciais, podemos facilitar o acompanhamento das atividades dos vereadores e a transparência nas ações do executivo local. É crucial que a população sinta que tem voz ativa e que suas opiniões e necessidades são levadas em consideração nas decisões que afetam suas vidas.

Ao fortalecer essa conexão, estaremos contribuindo para uma governança mais participativa e informada, onde a comunidade se sinta parte do processo legislativo e possa colaborar na construção de soluções que beneficiem a todos.

2. OBJETO

A presente concorrência destina-se à contratação de serviços de publicidade, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação



e a supervisão da execução externa, a compra de mídia e a distribuição de publicidade, aos veículos e demais meios de divulgação, com o intuito de atender ao princípio da publicidade e ao direito à informação, de promover a venda de bens ou serviços, de difundir ideias, princípios, iniciativas ou instituições ou de informar o público em geral. Também integram o objeto desta concorrência, como atividades complementares, os serviços especializados pertinentes:

- a) ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento relativos à execução dos contratos;
- b) à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias;
- c) à produção e à execução técnica das peças e ou material criados pelas agências contratadas;
- d) criação de peças de comunicação publicitária no ambiente digital.
- e) A agência atuará por ordem e conta da CONTRATANTE, em conformidade com o art. 3º da lei nº 4.680/1965, na contratação de bens e serviços especializados, para execução das atividades complementares de que trata o subitem, e de veículos e demais meios de divulgação, para a transmissão de mensagens publicitárias. As notas fiscais emitidas por FORNECEDORES e VEÍCULOS deverão sê-lo contra a contratante, aos cuidados da contratada.
- f) É de exclusividade da agência contratada a criação e elaboração de peças e campanhas publicitárias a serem veiculadas, não sendo permitido se criado pelas as secom, ascom, ou qualquer outro órgão interno.

1.1.1.1 As pesquisas e outros instrumentos de avaliação previstos na alínea "a" do subitem .1.1.1 terão a finalidade de:

- a) gerar conhecimento sobre o mercado ou o ambiente de atuação da Prefeitura Municipal de Santo Antônio do Descoberto, 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 à inclusão de matéria estranha ou sem pertinência temática com a ação publicitária.

1.1.2 Os serviços não abrangem as atividades de promoção, de patrocínio e de assessoria de comunicação, imprensa e relações públicas e a realização de eventos de qualquer natureza.

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

1.2 Para a prestação dos serviços será contratada 01 (uma) agência de propaganda, doravante denominada agência, licitante, proponente ou contratada. Se, em decorrência das regras deste Edital e da legislação aplicável, não for possível a contratação de 01 (uma) agência, a Prefeitura Municipal de Santo Antônio do Descoberto, decidirá sobre a conveniência e oportunidade de realizar novo certame para a contratação de nova agência.

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

1.2.2 A agência atuará por ordem e conta da Câmara Municipal de Águas Lindas de Goiás, em conformidade com as Leis Federais nº 4.680/1965 e nº 12.232/2010, na contratação de fornecedores de bens e serviços especializados, para a execução das atividades complementares de que trata o subitem 1.1.1, de veículos e demais meios de divulgação, para a transmissão de mensagens publicitárias.

1.2.3 A agência não poderá subcontratar outra agência de propaganda para a execução de serviços previstos no item 1, não havendo possibilidade de admissão de empresas em consórcio.

1.3 A CONTRATADA atuará mediante convocação da Câmara Municipal de Águas Lindas de Goiás, procedendo-se o estabelecido no art. 1º§ 4º da Lei 12.232/10.

1.4 Os estudos, resultados e análises, planos e ideias e materiais de propaganda, criados pela CONTRATADA em decorrência do fornecimento do objeto serão de propriedade da Câmara Municipal de Águas Lindas de Goiás, a qual poderá utilizá-los conforme conveniência, mesmo após o término do contrato.

1.5 A Câmara Municipal de Águas Lindas de Goiás, poderá solicitar materiais e serviços em regime de urgência, os quais deverão ser executados no prazo acordado previamente entre as partes.

2. OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA

2.1 Constituem obrigações da CONTRATADA, além das demais que consta no edital:

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

2.1.2 Centralizar o comando da publicidade da CONTRATANTE no Distrito Federal, para esse fim, manterá sede, escritório ou sucursal nesta localidade. A seu juízo, a CONTRATADA poderá utilizar-se de sua matriz ou de seus representantes em outros Estados para serviços de criação e de produção ou outros complementares ou acessórios que venham a ser necessários, desde que garantidas as condições previamente acordadas.

2.1.2.1 A CONTRATADA deverá comprovar, no prazo máximo de 30 (trinta) dias corridos, a contar da data da assinatura do contrato, que possui, estrutura de atendimento sede ou filial em até 100 km de distância da Câmara Municipal de Águas Lindas de Goiás, sendo compatível com o volume e a característica dos serviços a serem prestados à

CONTRATANTE.

2.1.3 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.

Utilizar, na elaboração dos serviços objeto deste contrato, os profissionais indicados na Proposta Técnica da concorrência que deu origem a este fajuste, para fins de comprovação da capacidade de atendimento, admitida sua substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior, mediante comunicação formal à CONTRATANTE.

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

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

2.1.6 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 - somente apresentar cotações de preços de fornecedores observado o disposto no art. 14 da Lei Federal nº 12.232/2010;

III - apresentar, no mínimo, 3 (três) cotações coletadas que atuem no ramo do fornecimento pretendido;

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 completo, CNPJ ou CPF, endereço, telefone, entre outros dados) e a identificação do responsável pelas informações (nome completo, RG e e-mail).

2.1.6.1 A CONTRATANTE procederá à verificação prévia da adequação dos preços dos bens e serviços cotados em relação aos do mercado.

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

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

2.1.7 Apresentar à CONTRATANTE, para aprovação do Plano de Mídia de cada campanha ou ação, relação dos meios, praças e veículos dos quais será possível e dos quais se revela impossível obter o relatório de checagem de veiculação a cargo de empresa independente, e 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.

2.1.8 Apresentar à CONTRATANTE, como alternativa ao subitem 2.1.10, 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, com o fim de atender ao disposto no art. 15 da Lei nº 12.232/2010.

2.1.8.1 A CONTRATADA se obriga a apresentar novo estudo prévio à CONTRATANTE sempre que houver alterações no tocante a meios, praças e veículos dos quais se revela possível obter o relatório de checagem de veiculação a cargo de empresa independente.

2.1.9 Encaminhar, sempre que solicitado pela CONTRATANTE, durante a vigência deste contrato, sem ônus para esta, cópias das peças produzidas, nos seguintes formatos:

- a)** TV e Cinema: uma cópia em DVD pendrive e/ou arquivos digitais;
- b)** Internet: uma cópia em CD, pendrive ou outro, com os arquivos que constituíram a campanha ou peça;
- c)** Rádio: uma cópia em CD, pendrive ou outro, com arquivos digitais;
- d)** Mídia impressa e material publicitário: uma cópia em CD, pendrive ou outro, com arquivos nas versões aberta - com as fontes e imagens em alta resolução - e finalizada.

2.1.9.1 Quando se tratar de campanhas com várias mídias, as peças poderão ser agrupadas em um mesmo DVD, pendrive ou outro.

2.1.10 Orientar a produção e a impressão das peças gráficas e material aprovados pela CONTRATANTE.

2.1.10.1 O material a ser utilizado na distribuição só será definido após sua aprovação pela CONTRATANTE.

2.1.11 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.

2.1.12 Registrar em relatórios de atendimento todas as reuniões e telefonemas de serviço entre a CONTRATANTE e a CONTRATADA, com o objetivo de tornar transparentes os entendimentos havidos e também para que ambos tomem as providências necessárias ao desempenho de suas tarefas e responsabilidades.

2.1.12.1 Esses relatórios deverão ser enviados pela CONTRATADA à CONTRATANTE até o prazo máximo de 2 (dois) dias úteis após a realização do contato.

2.1.12.2 Se houver incorreção no registro dos assuntos tratados, a CONTRATANTE solicitará a necessária correção, no prazo máximo de 2 (dois) dias úteis, a contar da data do recebimento do respectivo relatório.



2.1.13 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.

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

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

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

2.1.15.2 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.

2.1.15.3 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.

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

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



2.1.15.6 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.

2.1.16 Responder perante à 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.

2.1.16.1 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.

2.1.16.2 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 a 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. 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.

3. OBRIGAÇÕES DA CONTRATANTE

3.1 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.

4. FISCALIZAÇÃO

4.1 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.

4.1.1 O Gestor e Fiscal titular e o substituto são responsáveis 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.

4.1.1.1 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.

4.2 A fiscalização pela CONTRATANTE em nada restringe a responsabilidade, única, integral e exclusiva, da CONTRATADA pela perfeita execução dos serviços. A CONTRATADA somente poderá executar qualquer tipo de serviço após a aprovação formal da CONTRATANTE.



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

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

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

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

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

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

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

4.10 A CONTRATANTE avaliará, anualmente, os serviços prestados pela CONTRATADA.

4.10.1 A avaliação anual será considerada pela CONTRATANTE para apurar a necessidade de solicitar, da CONTRATADA, correções que visem a melhorar a qualidade dos serviços prestados; decidir sobre prorrogação de vigência ou rescisão contratual; fornecer, quando solicitado pela CONTRATADA, declarações sobre seu desempenho para servir de prova de capacitação técnica em licitações.

5. DO CUSTO ESTIMADO

5.1 Baseando-se nos valores do contrato vigente da mesma natureza, as despesas com a pretendida contratação, por 12 (doze) meses, ficam estimadas em **R\$ 2.000.000,00 (dois milhões de reais)**

6. DOS RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS

6.1 Para custear as despesas da pretendida aquisição, serão utilizados os recursos ordinários, conforme os termos da distribuição efetuada pela Câmara Municipal de Águas Lindas de Goiás: PROPAGANDA E PUBLICIDADE.

Tauane Martins Moura
Presidente da Comissão Permanente de Licitação