TERMO DE REFERÊNCIA

01. DO OBJETO DA JUSTIFICATIVA, DO OBJETO A SER CONTRATADO, NATUREZA, FORMA DE DISPUTA, QUANTITATIVO, FUNDAMENTO DA CONTRATAÇÃO E REGIME DE EXECUÇÃO ENTREGA DA PROPOSTA TÉCNICA

1.1. Da justificativa da Contratação

A contratação de agência de propaganda para o Município de Quirinópolis visa atender à necessidade de uma comunicação eficaz e eficiente entre o Poder Público e a população, com foco na transparência, na informação e na promoção das políticas públicas.

Este procedimento licitatório se fundamenta na busca pela melhoria dos serviços prestados à sociedade, tendo em vista a relevância do papel da comunicação institucional na formação da cidadania.

Nesse sentido, a contratação de agência de publicidade se justifica pela identificação de alguns problemas que devem ser resolvidos sob a perspectiva do interesse público:

Falta de Visibilidade das Ações Governamentais:
Muitas iniciativas e programas desenvolvidos pela administração municipal não recebem a devida divulgação, resultando em baixa adesão e conhecimento por parte da população.
Uma comunicação clara e estratégica é essencial para que os cidadãos se tornem cientes dos serviços e dos direitos que lhes são garantidos.

Fortalecimento da Imagem Institucional:
A imagem do Município deve ser constantemente reforçada através de campanhas que valorizem as ações positivas e os resultados alcançados, contribuindo para a construção de uma cidade mais engajada e satisfeita com a gestão pública. Agências especializadas são capazes de desenvolver campanhas que reflitam essa realidade e promovam a identidade Quirinopolina.

Necessidade de Informações Atualizadas:
Em tempos de rápida disseminação de informações, é imprescindível que a administração municipal utilize as ferramentas adequadas para informar a população sobre as ações governamentais, campanhas de saúde, educação, segurança e outros temas relevantes. A falta de informação pode gerar desconfiança e desinteresse por parte da população.

Promoção de Políticas Públicas:
O correto planejamento e execução de campanhas publicitárias são fundamentais para o sucesso das políticas públicas. Isso inclui a divulgação de programas sociais, eventos e iniciativas que visam o bem-estar da população, que precisam ser amplamente comunicados para garantir a participação e o envolvimento da comunidade.

Interesse Público:
A contratação de agência de propaganda é, portanto, um meio para alcançar o interesse público, pois permitirá:

Aumento da Responsabilidade Social da Administração Pública:
Informar a população sobre os direitos e deveres é uma forma de promover a cidadania ativa e a participação social.

Transparência das Ações Governamentais:

A publicidade é um instrumento essencial para garantir que os cidadãos estejam cientes das ações do governo, contribuindo para uma gestão mais transparente e responsável.

Aperfeiçoamento da Gestão de Recursos Públicos:
A comunicação eficiente pode direcionar os recursos municipais de forma mais assertiva, possibilitando que as populações atendidas reconheçam e utilizem os serviços oferecidos.
Diante do exposto, a contratação de agência de propaganda para o Município de Quirinópolis é uma necessidade urgente e justificada. O procedimento licitatório busca atender a um interesse público amplo, visando fortalecer a comunicação entre a administração e a população, promovendo o conhecimento e a adesão às políticas públicas. A escolha de agência qualificada e especializada permitirá que o Município alcance os resultados desejados, contribuindo para a construção de uma sociedade mais informada e participativa.

1.2. Do Objeto/Descrição da Solução

1.2.1 Contratação de agência de propaganda para a prestação 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 supervisão da execução externa e a distribuição de ações publicitárias junto a públicos de interesse da Administração Pública municipal direta e indireta, por intermédio da Superintendência Municipal de Comunicação - SECOM, de acordo com este Edital e seus anexos, os quais são partes integrantes do Edital, independente de transcrição.

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

a) ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento, relacionados à execução dos contratos;

b) à criação, à produção e à execução técnica de peças, materiais e projetos publicitários, de mídia e não mídia, criados no âmbito dos contratos;

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

1.2.3 A contratação dos serviços do subitem 1.2.1. e 1.2.2. tem como objetivo o atendimento ao princípio da publicidade e ao direito à informação, por meio de ações que visam difundir ideias e princípios, posicionar instituições e programas, disseminar iniciativas e políticas públicas, ou informar e orientar o público em geral.

1.2.4 O planejamento, previsto no subitem 1.2.1 objetiva subsidiar a proposição estratégica das ações publicitárias, nos meios e veículos de divulgação, para alcance dos objetivos de comunicação e superação dos desafios apresentados e devem prever, sempre que possível, os indicadores e métricas para aferição, análise e otimização de resultados.

1.2.5 As pesquisas e os outros instrumentos de avaliação previstos na alínea ‘a' do subitem 1.2.2 terão a finalidade de:

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

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

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

1.2.6 Os serviços previstos nos subitens 1.2.1 e 1.2.2 não abrangem as atividades de promoção, de patrocínio, de relações públicas, de assessoria de comunicação e de imprensa e a realização de eventos festivos de qualquer natureza.

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

1.2.8 Para a prestação dos serviços será contratada **01 (uma)** Agência de Propaganda, doravante denominadas agência, licitante ou contratada.

1.2.9 A contratada atuará de acordo com a solicitação do CONTRATANTE, indistintamente e independentemente de sua classificação no referido certame, e não terá, particularmente, exclusividade em relação a nenhum dos serviços prestados.

1.2.10 O serviço, objeto da presente concorrência, será contratado 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.

1.2.11 A agência atuará por ordem e conta da Superintendência Municipal de Comunicação - SECOM, em conformidade com o art. 3º da Lei nº 4.680/1965, na contratação de fornecedores de bens e de serviços especializados, para a execução das atividades complementares de que trata o subitem 1.2.1. e 1.2.2, e de veículos de divulgação, para a transmissão de mensagens publicitárias, responsabilizando-se pelo pagamento dos fornecedores apenas após o recebimento do valor correspondente junto à Superintendência Municipal de Comunicação - SECOM.

1.2.12 A agência não poderá subcontratar outra agência de propaganda para a execução de serviços previstos nos subitens 1.2.1 e 1.2.2 deste Edital.

1.2.13 A agência atuará de acordo com solicitação do CONTRATANTE, e não terão, particularmente, exclusividade em relação a nenhum dos serviços previstos nos subitens 1.2.1 e 1.2.2.

1.2.14 Os serviços serão prestados com vistas à consecução de ações de publicidade de interesse dos órgãos da administração pública direta e indireta do Poder Executivo Municipal, sob a coordenação da Superintendência de Comunicação - SECOM.

1.3. Da Natureza Continuada do Serviço

Os serviços de comunicação são imprescindíveis para o atendimento e prestação de informações à mídia e consequentemente à população, visando ao cumprimento da publicidade, transparência e prestação de contas da Prefeitura Municipal de Quirinópolis através da SECOM.

Em vista disso, a descontinuidade da prestação do serviço poderia comprometer a capacidade especializada de condução sistêmica da comunicação institucional. Como consequência, a capacidade de atuação da SECOM ficaria reduzida, possibilitando perdas com relação ao valor agregado das informações,

à influência e interlocução do órgão com seu público de interesse e às respostas aos veículos noticiosos que difundem a visão do governo.

Dessa forma, conclui-se que os serviços de publicidade em tela possuem natureza continuada, uma vez que estão voltados para o funcionamento das rotinas de comunicação social, sendo necessários à SECOM para o desempenho de suas atribuições. Por esta razão, a interrupção desses serviços pode comprometer a continuidade e desempenho das atividades finalísticas da Secretaria de Comunicação, em especial no que tange à prestação de informações à população. Assim, evitando o dispêndio de tempo e recursos humanos empregados na instrução processual de nova contratação, quando do fim da vigência do contrato ora pretendido, resta configurada a necessidade de que a contratação se estenda por mais de um exercício financeiro.

1.4 Modo de Disputa

Considerando que a Modalidade de Licitação será Concorrência do tipo Melhor Técnica, **o Modo de disputa deverá ser obrigatoriamente fechado,** tendo em vista que a licitação do tipo melhor técnica não há possibilidade de oferecer descontos sobre os preços apresentados.

1.5 Do Quantitativo e Valor dos Serviços

Os serviços serão executados de acordo com a demanda e necessidade da SECOM, obedecendo sempre ao limite do valor do contrato e saldo contratual.

Dessa forma a contratação não envolve a quantificação prévia e estimada dos serviços a serem executados no decorrer da execução contratual.

Diferentemente dos serviços de natureza comum, os quais podem ser contratados via pregão eletrônico, os serviços de publicidade possuem uma natureza intelectual, na medida em que a sua contratação envolve, basicamente, a expertise da agência de propaganda na proposição das soluções publicitárias mais adequadas para o atingimento dos objetivos de comunicação estabelecidos em cada demanda.

A pretensa contratação não envolve a estimativa de quantidades ou a especificação prévia dos produtos e serviços a serem prestados no decorrer da execução contratual, tendo em vista que, de acordo com o art. 6º da Lei nº 12.232/2010, o instrumento convocatório das licitações para contratação de serviços de publicidade deve observar as exigências do art. 40 da Lei nº 8.666/1993, não sendo, porém, exigido o projeto básico e/ou executivo, com todas as suas partes, desenhos, especificações e outros complementos, conforme disposto no inciso I do §2º. Marçal Justen Filho explica melhor esta ausência de projeto básico:

> *"A ausência da previsão na Lei nº 12.232/2010 sobre a elaboração de projeto básico e de orçamento detalhado não é casual. As peculiaridades do contrato de serviços de publicidade impedem a predeterminação precisa e exata das atividades e despesas a serem realizadas. Uma parcela significativa das atividades e das despesas correspondentes não comporta predeterminação em momento anterior à instauração da licitação. Somente por ocasião da execução do contrato é que a campanha publicitária será concebida. Anote-se que as ofertas apresentadas na licitação não se referem à execução de um "projeto básico", nem se referem a custos previstos em um "orçamento detalhado" (JUSTEN FILHO, 2020, p. 245)".*

1.6 Fundamento da Contratação/Requisitos da Contratação

1.6.1 Os requisitos necessários para a contratação da Agência de Propaganda deverão estar de acordo com a Lei Federal nº 12.232/2010, aplicando-se subsidiariamente no que couber a Lei nº 4.680/1965 e Lei nº 14.133/2021, demais legislações pertinentes.

1.6.1.1 Aplicam-se também a esta concorrência o Decreto 57.690/1966, o Decreto nº 4.563/2002, as Normas Padrão da Atividade Publicitária e as disposições constantes no Edital.

1.6.2 Para atendimento das necessidades de comunicação publicitária desta SECOM, é necessária a contratação de empresas para execução dos serviços de publicidade, que tem como objetivo informar os cidadãos sobre as ações e políticas públicas do Poder Executivo Municipal.

1.6.3 As especificações constantes neste Termo de Referência e na Minuta do Contrato, são suficientes para apresentação da proposta e imprescindível para que a execução dos produtos e serviços possa ser executada por empresas que demonstre capacidade de executar e operacionalizar, sob demanda, os produtos e serviços relacionados ao contrato, e que possuam também capacidade de manter equipe de profissionais com comprovada capacidade técnica e experiência na execução dos serviços publicitários.

1.7 Do Regime de Execução

Os serviços objeto desta contratação deverá ser realizados na forma de execução indireta, sob o regime de empreitada por preço unitário.

Isso, em razão da impossibilidade de se prever com exatidão os aspectos quantitativos do objeto a ser executado. Sendo assim, o valor do contrato estabelecido neste Termo de Referência é meramente estimativo, devendo ser executado à medida da necessidade e conveniência da Superintendência de Comunicação, que poderá readequá-los de forma diferente do previamente estabelecido, desde que justificadamente e respeitado o valor contratual global fixado.
O valor de cada serviço/campanha publicitária somente será conhecido na realização de cada campanha e após a contratada apresentar o seu planejamento com todos os custos envolvidos.

1.8 ENTREGA DA PROPOSTA TÉCNICA

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

Invólucro nº 1

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

1.8.1.1.1 Só será aceito o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada que estiver acondicionado no invólucro padronizado, fornecido pela Comissão Especial de Contratação, a ser retirado, exclusivamente, pela agência que o solicitar formalmente no seguinte endereço: Centro de Distribuição Municipal Ademar Ferreira Assunção, de segunda a sexta-feira, das 08h00min às 17h00min.

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

a) ter nenhuma identificação;

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

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

1.8.1.1.2.1 O invólucro nº 01, será fornecido com a seguinte dimensão aproximada: 36cm x 46 cm.

Invólucro nº 2

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

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

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

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

Invólucro nº 3

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

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

Invólucro nº 3 Proposta Técnica: Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação. Nome empresarial e CNPJ da licitante Concorrência nº XX / 2025 - Prefeitura Municipal de Quirinópolis

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

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

2. APRESENTAÇÃO DE PROPOSTA TÉCNICA

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

QUESITOS	SUBQUESITOS
1. Plano de Comunicação Publicitária	I. Raciocínio Básico
	II. Estratégia de Comunicação Publicitária

	III. Ideia Criativa
	IV. Estratégia de Mídia e Não Mídia
2. Capacidade de Atendimento	
3. Repertório	
4. Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	

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

2.1.2 A proposta técnica será apresentada em três vias impressas distintas, sendo duas delas destinadas ao plano de comunicação, e outra para o conjunto de informações referentes ao licitante;

2.1.3 O Plano de Comunicação será apresentado em duas vias impressas, uma sem identificação e outra com a identificação de sua autoria, conforme a seguir:

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

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

b) capa e contracapa em papel A4, branco, com 75 gr/m2, ambas em branco;

c) conteúdo impresso em papel A4, branco, com 75 gr/m2, orientação retrato, observado o disposto na alínea ‘c2’ do subitem 2.2.2 der Termo de Referencia;

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

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

f) espaçamento simples entre as linhas e, opcionalmente, duplo após títulos e entretítulos e entre parágrafos;

g) alinhamento justificado do texto;

h) texto e numeração de páginas em fonte Arial, cor preta, tamanho de 12 pontos, observados os subitens 2.2.1, 2.2.2 e 2.2.3 deste Termo de Referência;

i) Será permitido texto em negrito somente para destaque de frases ou títulos e subtítulos da campanha;

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

k) sem identificação da licitante.

2.2.1 As especificações do subitem 2.2 não se aplicam às peças de que trata a alínea ‘b’ do subitem 11.3.3 e à indicação prevista no subitem 2.3.3.3.6 deste Termo de Referência;

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

a) poderão ser editados em cores;

b) os gráficos, quadros, tabelas ou planilhas deverão ser editados na fonte Arial e poderão ter tamanho entre 08 e 12 pontos;

c) as páginas em que estiverem inseridos poderão ser:

c1) apresentadas em papel A3 dobrado. Nesse caso, para fins do limite previsto no subitem 2.2.6, cada folha de papel A3 será computada como 02 (duas) páginas de papel A4;

c2) impressas na orientação paisagem.

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

I - ser editados em cores;

II -ter fontes e tamanhos de fonte habitualmente utilizados nesses documentos;

III - ter qualquer tipo de formatação de margem;

IV - ser apresentados em papel A3 dobrado.

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

2.2.4 Os exemplos de peças integrantes do subquesito Ideia Criativa deverão ser apresentados separadamente do caderno de que trata a alínea ‘a’ do subitem 2.2 deste Termo de Referência;

2.2.4.1 Esses exemplos deverão adequar-se às dimensões do Invólucro nº 1;

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

2.2.6 Os textos do Raciocínio Básico, da Estratégia de Comunicação Publicitária e da relação prevista na alínea ‘a’ do subitem 2.3.3 estão limitados, no conjunto, a 08 (oito) páginas.

2.2.7 Os textos da Estratégia de Mídia e Não Mídia não têm limitação quanto ao número de páginas, mas cabe às licitantes atentarem para que o envelope nº 1 não estar danificado ou deformado pelas peças, pelos materiais e demais documentos nele acondicionados, de modo a possibilitar a identificação da licitante.

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

2.2.9 Poderão ser utilizadas páginas isoladas com a finalidade de indicar o Plano de Comunicação Publicitária e seus subquesitos. Essas páginas não serão computadas no limite de página previsto no subitem 2.2.6 e devem seguir as especificações do subitem 2.2, no que couber.

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

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

a) análise das características e especificidades da CONTRATANTE e do seu papel no contexto no qual se insere;

b) diagnóstico relativo às necessidades de comunicação publicitária identificadas;

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

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

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

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

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

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

b) exemplos das peças, constantes da relação prevista na alínea anterior, que a licitante julga mais adequadas para corporificar e ilustrar objetivamente sua proposta de campanha publicitária, observadas as condições estabelecidas no subitem 2.3.3.3 deste Edital.

2.3.3.1 A descrição mencionada na alínea 'a' do subitem 2.3.3 está circunscrita à especificação de cada peça publicitária, à explicitação de sua finalidade e suas funções táticas na campanha proposta.

2.3.3.2 Se a campanha proposta pela licitante previr número de peças publicitárias superior ao limite estabelecido no subitem 2.3.3.3, que podem ser apresentadas fisicamente como exemplos, a relação mencionada na alínea 'a' do subitem 2.3.3 deverá ser elaborada em dois blocos: um para as peças apresentadas como exemplos e outro para o restante.

2.3.3.3 Os exemplos de peças publicitárias de que trata a alínea 'b' do subitem 2.3.3 estão limitados a 08

(oito), independentemente do meio de divulgação, do seu tipo ou de sua característica, e poderão ser apresentados sob a forma de:

a) roteiro, leiaute ou *storyboard* impressos, para qualquer meio;

b) 'monstro' ou leiaute eletrônico, para o meio rádio;

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

d) 'boneca' ou leiaute montado dos materiais de não mídia.

2.3.3.3.1 As peças gráficas poderão ser impressas em papel A3 ou A4 branco com gramatura mínima de 75 gr/m2 e máxima de 120gr/m2 em tamanho real ou reduzido, desde que não haja prejuízo em sua leitura, sem limitação de cores, com ou sem suporte ou *passe-partout*, observado o disposto no subitem 2.2.4. Peças que não se ajustem às dimensões do Invólucro nº 1 poderão ser dobradas.

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

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

2.3.3.3.4 O 'monstro' ou leiaute eletrônico e o *storyboard* animado ou *animatic* deverão ser apresentados em pen *drive*, executáveis em sistema operacional *Windows.*

2.3.3.3.4.1 Nessas mídias de apresentação, devem ser gravadas em *pen drive e* não poderão constar informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação da licitante, ou de qualquer anunciante, somente a marca do seu fabricante, os ***quais deverão estar acondicionados em envelope branco, sem marca ou identificação, colados em papel branco A-4.***

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

2.3.3.3.6 Para facilitar seu cotejo, pelos integrantes da Subcomissão Técnica, com a relação prevista na alínea 'a' do subitem 2.3.3 deste Edital, cada exemplo deverá trazer indicação do tipo de peça (exemplos: cartaz, filme TV, spot rádio, anúncio revista, *banner* internet).

2.3.3.4 Para fins de cômputo das peças que poderão ser apresentadas fisicamente como exemplos, até o limite de 08 (oito peças), devem ser observadas as seguintes regras:

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

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

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

d) um *hotsite* e todas as suas páginas serão considerados 01 (uma) peça;

e) um filme e o *hotsite* que o hospeda serão considerados 02 (duas) peças;

f) um *banner* e o *hotsite* por ele direcionado serão considerados 02 (duas) peças.

2.3.3.4.1 Na apresentação de proposta de *hotsite* a que se refere à alínea 'd' do subitem 2.3.3.4, não podem ser inseridos vídeos ou imagens em movimento.

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

I. estratégia de mídia: proposição e defesa dos meios e dos recursos próprios de comunicação da CONTRATANTE a serem utilizados para o alcance dos objetivos da campanha, sob a forma de textos, tabelas, gráficos ou planilhas;

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

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

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

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

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

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

b) as quantidades de inserções das peças em veículos de divulgação /plataformas digitais de comunicação, dispensadas a apresentação de Pedidos de Inserção (PI);

c) os valores absolutos e percentuais dos investimentos alocados em veículos de divulgação, separadamente por meios, utilizando, na apuração dos valores, os preços de tabela cheia;

d) os valores absolutos e percentuais dos investimentos alocados em plataformas digitais de comunicação, utilizando, na apuração dos valores, os preços de tabela cheia ou, inexistindo essa, os preços simulados pelas plataformas, podendo ainda ser utilizado as Trading Desks;

e) os valores absolutos e percentuais alocados na produção e na execução técnica de cada peça publicitária destinada a veículos de divulgação/plataformas digitais de comunicação;

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

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

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

i) as quantidades a serem produzidas de cada peça ou material publicitário de não mídia

2.3.4.3 Nessa simulação:

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

b) não devem ser incluídos na estratégia de mídia dessa simulação veículos de divulgação que não atuem com tabela de preços;

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

d) deverão ser desconsiderados os honorários *e* custos internos sobre os bens e serviços especializados prestados por fornecedores.

2.3.4.3.1 Caso o Edital venha a ser republicado, com a retomada da contagem do prazo legal, os preços de tabela a que se refere a alínea 'a' do subitem 2.3.4.3 deverão ser os vigentes na data de publicação do último Aviso de Licitação.

2.4. O Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada deverá constituir-se em cópia do Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada, **sem os exemplos de peças publicitárias da Ideia Criativa, bem como, se houver, as planilhas e PI's** da Estratégia de Mídia e Não Mídia com a finalidade de proporcionar a correlação segura de autoria, observadas as seguintes características:

I - ter a identificação da licitante;

II - ser datado;

III - estar assinado na última página e rubricado nas demais, por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

2.4.1. As licitantes deverão inserir no envelope nº 2, pen drive com toda a sua proposta técnica, inclusive as mídias digitais e peças gráficas, as quais terão por finalidade, após o conhecimento de autoria, disponibilizar todo material no site para que os interessados possam ter acesso às propostas de outros licitantes.

2.4.1.1 A proposta técnica deverá estar no formato PDF, excerto as mídias digitais que deverão estar no formato original.

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

2.5.1 O caderno específico mencionado no subitem 2.5 não poderá apresentar informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, que possibilite a identificação da autoria deste, antes da abertura do Invólucro nº 2.

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

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

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

c) infraestrutura e instalações da licitante que estarão à disposição da CONTRATANTE para a execução do contrato;

d) sistemática operacional de atendimento na execução do contrato;

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

2.7 Quesito 3 - Repertório: a licitante deverá apresentar os documentos, as informações e as peças que constituem o quesito em caderno específico, orientação retrato, com ou sem uso de cores, em formato A4, ou A3 dobrado, numerado sequencialmente a partir da primeira página interna, rubricado em todas as páginas e assinado na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

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

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

2.8.1 A licitante deverá apresentar 06 (seis) peças publicitárias, independentemente do seu tipo ou característica e da forma de sua veiculação, exposição ou distribuição.

2.8.1.1 As peças publicitárias devem ter sido veiculadas, expostas ou distribuídas a partir de 01/01/2020.

2.8.1.2 As peças eletrônicas deverão ser fornecidas em *pen drive*, executáveis no sistema operacional *Windows*, podendo integrar o caderno específico previsto no subitem 2.7 ou ser apresentadas soltas.

2.8.1.3 As peças gráficas poderão integrar o caderno específico previsto no subitem 2.7 ou ser apresentadas soltas. Em todos os casos, deverá ser preservada a capacidade de leitura das peças e indicadas suas dimensões originais.

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

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

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

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

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

2.10 A licitante deverá apresentar 01 (um) Relato de Soluções de Problemas de Comunicação, cada um com o máximo de 02(duas) páginas, em que será descrita solução publicitária proposta pela licitante e implementadas por seus clientes, na superação de desafios de comunicação. Cada Relato:

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

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

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

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

2.10.1 A validação deverá ser feita em documento apartado dos relatos, o qual não entrará no cômputo do número de página de que trata o subitem 2.10**. No documento de validação constará, além do ateste dos relatos, o número do contrato, nome ou título da campanha, o nome empresarial do cliente, o nome do signatário, seu cargo/função e sua assinatura.**

2.10.2 O Relato de que trata o subitem 2.10 deve ter sido implementados a partir de 01/01/2020.

2.10.3 É permitida a inclusão de até 05 (cinco) peças publicitárias, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça, em cada Relato, observando-se as seguintes regras:

I - as peças eletrônicas deverão ser fornecidas em *pen drive*, executáveis no sistema operacional *Windows*, podendo integrar o caderno específico previsto no subitem 2.9 ou ser apresentadas soltas;

II - as peças gráficas poderão integrar o caderno específico previsto no subitem 2.9, em papel A4 ou A3 dobrado, ou ser apresentadas soltas, em qualquer formado, dobradas ou não. Em todos os casos, deverá ser preservada a capacidade de leitura das peças e indicadas suas dimensões originais;

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

2.10.3.1 A ficha técnica de cada peça, observada a quantidade de peças estabelecida no subitem 2.10.3 não será computada no limite de páginas estabelecido no subitem 2.10 para descrição do Relato.

3. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

3.1 A Subcomissão Técnica, analisará as Propostas Técnicas das licitantes quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Edital.

3.2 Serão levados em conta pela Subcomissão Técnica, como critério de julgamento técnico, os seguintes atributos da Proposta Técnica, em cada quesito ou subquesito, atribuindo-lhe pontuação individualizada para cada item do subquesito:

3.2.1 Quesito 1 - Plano de Comunicação Publicitária

3.2.1.1 Subquesito 1 - Raciocínio Básico

a) a acuidade demonstrada na análise das características e especificidades da CONTRATANTE e do contexto de sua atuação;

b) a pertinência dos aspectos relevantes e significativos apresentados, relativos às necessidades de comunicação publicitária identificadas ;

c) a assertividade demonstrada na análise do desafio de comunicação a ser superado pela CONTRATANTE e no entendimento dos objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing;

3.2.1.2 Subquesito 2 - Estratégia de Comunicação Publicitária

a) a adequação do partido temático e do conceito à natureza e às atividades da CONTRATANTE, bem como ao desafio e aos objetivos de comunicação e a consistência da argumentação em defesa do partido temático e do conceito;

b) as possibilidades de interpretações positivas do conceito para a comunicação publicitária da CONTRATANTE com seus públicos;

c) a consistência técnica dos pontos centrais da Estratégia de Comunicação Publicitária proposta e a capacidade da licitante de articular os conhecimentos sobre a CONTRATANTE, o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing;

3.2.1.3 Subquesito 3 - Ideia Criativa

a) o alinhamento da campanha com a Estratégia de Comunicação Publicitária e a pertinência da solução criativa com a natureza do CONTRATANTE, com o desafio e com os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing;

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

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

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

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

3.2.1.4 Subquesito 4 - Estratégia de Mídia e Não Mídia

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

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

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

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

3.2.2 Quesito 2 - Capacidade de Atendimento

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

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

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

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

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

3.2.3 Quesito 3 - Repertório

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

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

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

3.2.4 Quesito 4 - Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

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

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

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

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

3.3.1 Para estabelecimento da pontuação de cada quesito e subquesito, a Subcomissão Técnica realizará um exame comparativo entre as propostas apresentadas pelas licitantes e a gradação das pontuações atribuídas refletirá o maior ou menor grau de adequação de cada proposta, aos critérios de julgamento técnico estabelecidos no item 3 deste Termo de Referencia.

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

QUESITOS		PONTUAÇÃO MÁXIMA
1. Plano de Comunicação Publicitária		*70 pontos*
SUBQUESITOS	I. Raciocínio Básico	*10 pontos*
	II. Estratégia de Comunicação Publicitária	*25 pontos*
	III. Ideia Criativa	*25 pontos*
	IV. Estratégia de Mídia e Não Mídia	*10 pontos*
2. Capacidade de Atendimento		*10 pontos*
3. Repertório		*10 pontos*
4. Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação		*10 pontos*
PONTUAÇÃO TOTAL		**100%**

3.3.2.1 Se a licitante não observar as quantidades estabelecidas nos subitens 2.8.1 e 2.10 para apresentação do Repertório e dos Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, sua pontuação máxima, nesses quesitos, será proporcional às quantidades por ela apresentadas, sendo a

proporcionalidade obtida mediante a aplicação de regra de três simples, em relação às respectivas pontuações máximas previstas no subitem 3.3.2 deste Edital.

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

3.3.3.1 A subcomissão técnica atribuirá notas aos quesitos considerando sempre o final 0,5 ou 0,0 (Exemplo: 9.5, 15.0, 25.0, 23.5);

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

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

3.3.5 A pontuação final da Proposta Técnica de cada licitante corresponderá à soma dos pontos dos 04 (quatro) quesitos: Plano de Comunicação Publicitária; Capacidade de Atendimento; Repertório; e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação.

3.4 Serão consideradas mais bem classificadas, na fase de julgamento da Proposta Técnica, as licitantes que obtiverem maiores pontuações, observado o disposto no subitem 3.5 deste Termo de Referencia

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

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

b) não alcançar, no total, 80 (oitenta) pontos;

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

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

3.6 Se houver empate que impossibilite a identificação automática das licitantes mais bem classificadas no julgamento da Proposta Técnica, serão assim consideradas as licitantes que obtiverem as maiores pontuações, sucessivamente, nos quesitos Plano de Comunicação Publicitária, Capacidade de Atendimento, Repertório e Relato de Soluções de Problemas de Comunicação.

3.7 Persistindo o empate, a decisão será feita por sorteio, a ser realizado na própria sessão ou em ato público marcado pela Comissão de Contratação, cuja data será divulgada na forma do edital e para o qual serão convidadas todas as licitantes.

4. ENTREGA DA PROPOSTA DE PREÇOS

Invólucro nº 4

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

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

Invólucro nº 4
Proposta de Preços
Nome empresarial e CNPJ da licitante
Concorrência nº XX / ano – anunciante

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

5. APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇOS

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

5.2 Os quesitos a serem valorados pelas licitantes são os integrantes do subitem 1.1 da Proposta de Preços, cujo modelo constitui o Anexo III, ressalvado que, nos termos do, Art. 36 e 37 da Lei 14.133/2021 **não serão aceitos**:

a) percentual de desconto inferior a 50% (cinquenta por cento) a ser concedido à secretaria de Comunicação, sobre os custos internos dos serviços executados pela licitante, baseados na tabela referencial de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Goiás.

b) percentual de honorários superior a 8,6% (oito vírgula seis por cento), incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da licitante, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material cuja distribuição proporcione ou não o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do artigo 11 da Lei Federal nº 4.680/1965;

c) percentual de honorários superior a 5,4% (cinco vírgula quatro por cento), incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da licitante, referentes:

I. ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes ao objeto do contrato.

II. à renovação do direito de autor e conexos e aos cachês, na reutilização de peça ou material publicitário, exclusivamente quando a sua distribuição/veiculação proporcione

ou não o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;

III. à reimpressão de peças publicitárias.

d) percentual de honorários superior a 5,8% (cinco, vírgula oito por cento), incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da licitante, referentes à criação, à implementação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, destinadas a expandir os efeitos das mensagens e das ações publicitárias, em consonância com novas tecnologias.

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

5.3.1 Caso a licitante fixe um prazo de validade inferior ao exigido no subitem 14.3 ou, ainda, esteja com o prazo de validade de sua proposta expirado na sessão de abertura dos invólucros com as Propostas de Preços, a Comissão de Contratação realizará com ela diligência nos termos do §2º do art. 59 da Lei nº 14.133/2021, como forma de prorrogar o referido prazo.

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

6. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS DE PREÇOS

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

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

6.3 Será considerada a Proposta de menor preço a que obtiver a menor soma dos percentuais de honorários referentes às alíneas ‘b’, ‘c’ e ‘d’ e, simultaneamente, apresentar o maior percentual de desconto referente à alínea ‘a’, todas do subitem 5.2 deste Edital.

6.4 Caso a mesma proposta não apresente as condições estabelecidas no subitem 6.3, será considerada a Proposta de menor preço aquela que apresentar a menor soma dos percentuais de honorários referentes às alíneas ‘b’, ‘c’ e ‘d’.

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

a) o menor percentual de honorários mencionados na alínea ‘b’ do subitem 5.2;

b) o menor percentual de honorários mencionados na alínea ‘d’ do subitem 5.2;

c) o menor percentual de honorários mencionados na alínea ‘c’ do subitem 5.2;

d) o maior percentual de desconto mencionado na alínea ‘a’ do subitem 5.2.

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

7. JULGAMENTO FINAL DAS PROPOSTAS TÉCNICAS E DE PREÇOS

7.1 O julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços será feito de acordo com o rito previsto na Lei nº 14.133/2021, para o tipo Melhor Técnica.

7.2 Se a licitante mais bem classificada não tiver apresentado a Proposta de menor preço e nem concordado em praticá-lo, nos termos da negociação prevista no Art. 61, §1º da Lei nº 14.133/2021 a Comissão Especial de Contratação adotará negociação idêntica, sucessivamente, com as demais licitantes, observada a ordem de classificação, até a consecução de acordo para as contratações previstas no presente certame, observada a mesma previsão legal.

7.3 A licitante que não concordar em praticar a Proposta de menor preço perderá o direito à contratação, não lhe cabendo nenhum tipo de indenização.

8. ENTREGA DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

8.1 Os Documentos de Habilitação deverão ser entregues à Comissão de Contratação pelas licitantes classificadas no julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços, no dia, hora e local previstos na convocação da sessão a ser realizada para esse fim.

8.1.1 A licitante classificada que não apresentar os Documentos de Habilitação na referida sessão será alijada do certame, exceto se ocorrer o previsto na alínea "e1" do item 11.18 deste TR.

Invólucro nº 5

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

Invólucro nº 5
Documentos de Habilitação
Nome empresarial e CNPJ da licitante
Concorrência nº XX / ano – anunciante

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

9. APRESENTAÇÃO DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

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

I - em via original; ou

II - sob a forma de certificado emitido por sistema oficial de registro cadastral unificado;

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

9.1.2 Só serão aceitas cópias legíveis, que ofereçam condições de análise por parte da Comissão Contratação.

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

9.2.1 Habilitação Jurídica

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

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

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

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

d) registro comercial, em caso de empresa individual.

9.2.2 Regularidade Fiscal, Social e Trabalhista

a) **Prova de inscrição no Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica** (CNPJ);

b) **a inscrição no cadastro de contribuintes estadual e/ou municipal**, se houver, relativo ao domicílio ou sede do licitante, pertinente ao seu ramo de atividade e compatível com o objeto contratual;

c) **Prova de Regularidade relativa ao FGTS**, por meio de Certificado de Regularidade Fiscal (CRF), expedida pela Caixa Econômica Federal (www.caixa.gov.br) ou do documento denominado "Situação de Regularidade do Empregador", com prazo de validade em vigor na data marcada para abertura dos envelopes;

d) **Prova de Regularidade relativa Créditos Tributários Federais e à Dívida Ativa da União**, por meio de Certidão Negativa de Débitos (CND), ou positiva com efeito de negativa, relativos aos Créditos Tributários Federais e à Dívida Ativa da União; expedida nos sites www.receita.fazenda.gov.br ou www.pgfn.fazenda.gov.br. Conforme Portaria Conjunta PGFN/RFB nº 1.751, de 2 de outubro de 2014.

e) **Prova de Regularidade para com a Fazenda Estadual,** por meio de Certidão Negativa de Débito, ou positiva com efeito de negativa em relação a tributos estaduais, expedida pela Secretaria da Fazenda Estadual, do Estado sede da licitante;

f) Prova de Regularidade para com a Fazenda Municipal, por meio de Certidão Negativa de Débito, ou positiva com efeito de negativa em relação a tributos Municipais, expedida pela Prefeitura do Município sede da licitante;

g) Prova de inexistência de débitos inadimplidos perante a Justiça do Trabalho, por meio de Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas (CNDT), ou positiva com efeito de negativa, expedida pelo Tribunal Superior do Trabalho (www.tst.jus.br/certidao), conforme Lei nº 12.440/2011 e Resolução Administrativa TST nº 1470/2011.

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

9.2.2.2 Serão aceitas certidões positivas com efeito de negativa.

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

9.2.3. <u>Relativo a Qualificação Economico-Financeira</u>

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

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

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

b) **balanço patrimonial e demonstrações contábeis dos 02 (dois) últimos exercício sociais**, observada a exceção disposta no §6º do Art. 69 da Lei nº 14.133, já exigíveis e apresentados na forma da lei, que comprove a boa situação financeira da licitante, vedada a sua substituição por balancetes ou balanços provisórios, que comprove a boa situação financeira da empresa, podendo ser atualizados por índices oficiais quando encerrados a mais de 03 (três) meses da data de apresentação dos Documentos de Habilitação;

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

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

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

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

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

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

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

a) termo de autenticação com a identificação do autenticador;

b) balanço patrimonial e demonstrações contábeis;

c) requerimento de autenticação de Livro Digital;

d) recibo de entrega de Escrituração Contábil Digital.

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

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

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

a) do balanço referido na alínea ‘b’ do subitem 9.2.3, 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(um)):

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

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

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

b) do balanço referido no subitem 18.2.4.1, cujo Índice de Solvência, obtido conforme fórmula a seguir, terá de ser maior ou igual a um (> ou = 1(um)):

$$S = \frac{\text{Ativo Total}}{\text{Passivo Exigível Total}}$$

9.2.3.3 Os índices de que tratam as alíneas 'a' e 'b' do subitem 9.2.3.2 **serão calculados pela licitante e confirmados pelo responsável por sua contabilidade, Contador ou outro profissional equivalente,** mediante sua assinatura e indicação de seu nome e registro no respectivo conselho de classe profissional.

9.2.3.4 A licitante que apresentar resultado em qualquer um dos balanços igual ou menor que 01 (um), no cálculo de quaisquer dos índices referidos na alínea 'a', ou menor que 01 (um), no cálculo do índice referido na alínea 'b', todos do subitem 9.2.3.2, para ser considerada habilitada no quesito Qualificação Econômico-financeira deverá incluir, no Invólucro nº 5, comprovante de que possui capital social ou patrimônio líquido equivalente a R$ 200.000,00 (duzentos mil de reais), equivalente a 10% (dez por cento) do valor estimado da contratação.

9.2.3.5 Declaração, na forma regulamentada pelo Decreto nº 4.358/2002, de que cumpre o disposto no inciso XXXIII do art. 7º da Constituição Federal conforme modelo abaixo:

À

Comissão Especial de Contratação

Referente Concorrência nº XX / ano Prefeitura Municipal de Quirinópolis

<nome da licitante, *se for o caso,* inscrita no CNPJ sob o nº_____, por intermédio de seu representante legal_____, portador(a) da Carteira de Identidade nº_____/_____, inscrito(a) no CPF sob o nº _____, DECLARA, para fins do disposto no inciso VI do art. 68 da Lei nº 14.133/2021, que não emprega menor de 18 (dezoito) anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre e não emprega menor de 16 (dezesseis) anos.

<se for o caso, acrescentar a ressalva a seguir:>
Ressalva: emprega menor, a partir de 14 (catorze) anos, na condição de aprendiz.

<local e data>

_____
<representante legal da licitante.

9.2.3.6 Todos os documentos deverão estar em nome da licitante. Se a licitante for matriz, os documentos deverão estar com o número do CNPJ da matriz. Se for filial, os documentos deverão estar com o número

do CNPJ da filial, salvo aqueles que, por sua natureza, comprovadamente, são emitidos em nome da matriz.

9.2.3 Relativo a Qualificação Técnica

a)Apresentar atestado(s) de capacidade técnica emitido por pessoa jurídica de Direito Público ou de Direito Privado, a fim de comprovar capacidade técnica da licitante para desempenho de atividade pertinente e compatível com o objeto da presente licitação;

a.1) O atestado a que se refere o item acima deverá ser apresentado em papel timbrado ou com carimbo CNPJ, devidamente assinado pelo atestador.

a.2) Não será aceita comprovação de aptidão de que trata estes itens através de documento emitido pela própria licitante ou por empresa do mesmo grupo.

b) **Cópia autenticada do Certificado de Qualificação Técnica de Funcionamento** de que trata a Lei nº 12.232/2010, art. 4º e seu § 1º, obtido perante o Conselho Executivo das Normas-Padrão(CENP).

b.1) o certificado de qualificação técnica de funcionamento emitido para a matriz da agência valerá para a filial

9.2.3.1 Quando da apresentação da documentação se a licitante for matriz, todos os documentos deverão ser apresentados em nome e com CNPJ da matriz;

9.2.3.2 Se a licitante for a filial, todos os documentos deverão ser apresentados em nome da filial, exceto aqueles que pela própria natureza, comprovadamente, forem emitidos somente em nome da matriz.

9.2.3.3 Quanto aos atestados de capacidade técnica, estes poderão ser apresentados em nome da matriz ou da filial.

9.2.3.4 Não serão aceitos pela comissão “protocolos de entrega” ou “solicitação de documento” em substituição aos documentos requeridos no presente Edital e seus Anexos;

9.2.3.5 De toda documentação apresentada em fotocópia autenticada, suscitando dúvidas, poderá ser solicitado o original para conferência, no prazo de 24 (vinte quatro) horas, registrando-se em ata tal ocorrência.

10.DA COMISSÃO DE CONTRATAÇÃO E SUBCOMISSÃO TÉCNICA

10.1 Esta concorrência será processada e julgada pela Comissão de Contratação, com exceção da análise e julgamento das Propostas Técnicas.

10.2. As Propostas Técnicas serão analisadas e julgadas por Subcomissão Técnica, composta por 03 (três) membros que sejam formados em comunicação, publicidade ou marketing ou que atuem em uma dessas áreas, conforme estabelece o art. 10 da Lei nº 12.232/2010.

10.3. Na composição da Subcomissão Técnica pelos menos um (01) dos integrantes não terão vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com a CONTRATANTE.

10.4 A escolha dos membros da Subcomissão Técnica dar-se-á por sorteio, em sessão pública, entre os nomes de uma relação, que terá 09 (nove) nomes, sendo 06(seis) nomes de servidores que compõe os quadros da Superintendência de Comunicação e/ou da Administração Pública Municipal, e 03 (três) nomes do mercado, dos quais serão sorteados 02 (dois) integrantes com vínculo com o CONTRATANTE e 01 (um) sem vínculo com o CONTRATANTE.

10.4.1 Após o cadastramento dos profissionais e de posse da documentação que comprove a qualificação de cada um, a SECOM definirá a indicação dos 09(nove) nomes que deverão compor o sorteio da subcomissão técnica.Os nomes remanescentes da relação após sorteio dos 03 (três) membros da

Subcomissão Técnica serão todos sorteados para definição de uma ordem de suplência, a serem convocados nos casos de impossibilidade de participação de algum dos titulares.

10.4.2. Para composição da relação prevista no item 10.4, a Comissão de Contratação deverá solicitar a comprovação dos requisitos de qualificação, dispostos no subitem 10.2, dos possíveis membros da Subcomissão Técnica.

10.4.3 A relação dos nomes referidos no 10.4 será publicada pela Comissão de Contratação no Diário Oficial do Município, juntamente com a data em que será realizada a sessão pública marcada para o sorteio, a sessão deverá ocorrer em prazo não inferior a 10(dez) dias após a publicação.

10.4.4 O sorteio será processado pela Comissão de Contratação 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 CONTRATANTE, nos termos dos item 10.4

10.5 relação prevista item 10.4 deste Edital conterá, separadamente, os nomes dos que mantenham e os dos que não mantenham vínculo com o CONTRATANTE.

10.6 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 item 10.4, mediante a apresentação à Comissão de Contratação de justificativa para a exclusão.

10.7 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.

10.7.1 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.

10.7.1.1 Será necessário publicar nova relação se o número de membros mantidos depois da impugnação for inferior aos mínimos exigidos nos itens 10.4 e 10.4.1.

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

10.7.2 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 item 10.4.3 e a possibilidade de fiscalização do sorteio por qualquer interessado.

11.DOS PROCEDIMENTOS LICITATÓRIOS

11.1 Serão realizadas 04 (quatro) sessões públicas, para recebimento e abertura dos invólucros de propostas e documentação, 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 de Contratação e pelos representantes das licitantes presentes.

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

11.3. 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.

11.4. A Comissão de Contratação e a Subcomissão Técnica, conforme o caso, poderão no interesse do ANUNCIANTE, relevar aspectos puramente formais nas Propostas e nos Documentos de Habilitação apresentados pelas licitantes, desde que não comprometam a lisura e o caráter competitivo desta concorrência.

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

11.6. Por ocasião da apreciação das Propostas Técnica e de Preços e dos Documentos de Habilitação às vistas das licitantes, não será permitida a retirada de documentos do recinto da sessão pública, nem sua reprodução direta, sob qualquer forma, inclusive por meio de fotos.

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

11.8. 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.

11.9. Qualquer tentativa de licitante influenciar a Comissão de Contratação ou a Subcomissão Técnica no processo de julgamento das Propostas resultará na sua desclassificação.

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

11.13 Todas as sessões serão gravadas em audio e vídeo, cujo material fará parte do presente processo licitatório, devendo a Comissão de Contratação tomar o cuidado necessário para manter o sigilo de autoria da proposta técnica - via não identificada - até a abertura do invólucro nº 02.

Primeira Sessão

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

a) identificar os representantes das licitantes, por meio do documento exigido no subitem 6.1 deste Edital;

b) verificar o cumprimento das condições de participação, nos termos do item 5 deste Edital e registrar em ata eventuais casos de descumprimento;

c) receber os Invólucros nº 1, nº 2, nº 3 e nº 4 das licitantes em condições de participação;

d) conferir se esses invólucros estão em conformidade com as regras estabelecidas neste Edital.

11.15 O Invólucro nº 1, com o Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada, só será recebido pela Comissão de Contratação se:

a) não estiver identificado;

b) não apresentar informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação da licitante, antes da abertura do Invólucro nº 2;

c) não estiver danificado ou deformado pelas peças, materiais ou demais documentos nele acondicionados, de modo a possibilitar a identificação da licitante, antes da abertura do Invólucro nº 2.

11.15.1 Ante a ocorrência de qualquer das hipóteses previstas nas alíneas ‘a', ‘b' e ‘c' do subitem 11.15, a Comissão de Contratação não receberá o Invólucro nº 1, o que também a impedirá de receber os demais invólucros da mesma licitante.

11.15.2 A primeira sessão prosseguirá com a seguinte pauta básica:

a) rubricar, no fecho, sem abri-los, os Invólucros nº 2 e nº 4, que permanecerão fechados sob a guarda e responsabilidade da Comissão de Contratação, e separá-los dos Invólucros nº 1 e nº 3;

b) retirar e rubricar o conteúdo do Invólucro nº 1;

c) abrir os Invólucros nº 3 e rubricar seu conteúdo;

d) colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame e rubrica, os documentos constantes dos Invólucros nº 1 e nº 3;

e) informar que as licitantes serão convocadas para a próxima sessão na forma do Edital.

11.15.2.1 A Comissão de Contratação antes do procedimento previsto na alínea 'b' do subitem 11.15, adotará medidas para evitar que seus membros ou os representantes das licitantes possam, ainda que acidentalmente, identificar a autoria de algum Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada.

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

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

11.15.3 A Comissão de Contratação **não** lançará nenhum código, sinal ou marca nos Invólucros nº 1, nem nos respectivos conteúdos que compõem o Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada das licitantes, à exceção das rubricas mencionadas na alínea 'b' do subitem 11.15.2

11.15.4 Abertos os Invólucros nº 1 e nº 3, as licitantes não poderão desistir de suas Propostas, a não ser por motivo justo, decorrente de fato superveniente, e aceito pela Comissão de Contratação.

11.15.5 Se as licitantes estiverem expressamente de acordo com as decisões tomadas pela Comissão de Contratação na primeira sessão, os procedimentos de licitação terão continuidade em conformidade com o previsto neste termo de referencia.

11.15.5.1 Se houver manifestação expressa de qualquer licitante de recorrer das decisões da Comissão de Contratação pertinentes à primeira sessão, esta divulgará o resultado na forma do edital, abrindo-se o prazo para a interposição de recursos.

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

a) encaminhamento, pela Comissão de Contratação à Subcomissão Técnica, dos Invólucros nº 1 (Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada);

b) análise individualizada e julgamento, pela Subcomissão Técnica, dos conteúdos dos Invólucros nº 1 (Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada) das licitantes, de acordo com os critérios especificados neste Edital;

c) Elaboração e encaminhamento, pela Subcomissão Técnica à Comissão Geral de Licitação, da ata de julgamento dos Planos de Comunicação Publicitária, de planilha com as pontuações e de justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso;

d) Somente após o recebimento dos documentos e dos Invólucros nº 1, mencionados na alínea anterior, ocorrerá o encaminhamento, pela Comissão Geral de Licitação à Subcomissão Técnica, dos Invólucros nº3, 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 Geral 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.

11.15.7 Se alguma Proposta Técnica for desclassificada com base na alínea 'a' do subitem 3.5 deste Termo de Referência, 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.

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

11.15.9 As planilhas previstas nas alíneas 'c' e 'f' do subitem 11.15.6 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

11.16 Após receber as atas de julgamento das Propostas Técnicas (Invólucros nº 1 e nº 3), respectivas planilhas de julgamento e demais documentos elaborados pela Subcomissão Técnica, a Comissão Geral de Licitação convocará as licitantes na forma do item 2.4 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 Invólucros nº 2;

c) Cotejar as vias não identificadas (Invólucro nº 1) com as vias identificadas (Invólucro 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) Executar o sorteio previsto no caso de empate da proposta técnica, quando for ocaso;

g) Informar que o resultado do julgamento geral das Propostas Técnicas será publicado na forma estabelecida no edital, com a indicação dos proponentes classificados e dos desclassificados, em ordem decrescente de pontuação, abrindo-se prazo para interposição de recurso.

11.17 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, a partir da solicitação da Comissão de Contratação.

Terceira Sessão

11.18 Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, a Comissão Geral de Licitação convocará as licitantes classificadas no julgamento técnico, na forma do 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 Invólucros nº 4, com a Proposta de Preços, cujos documentos serão rubricados pelos membros da Comissão Geral 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 Invólucros nº4;

d) Analisar o cumprimento, pelas licitantes, das exigências no 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) verificar se a Agência mais bem classificada no julgamento da Proposta Técnica apresentou a Proposta de menor preço, e, caso esta não tenha apresentado a proposta de menor preço efetuar com esta a negociação prevista no Art. 61, §1º da Lei nº 14.133/2021 nos termos da Proposta de menor preço;

f.1) a ausencia do licitante na terceira sessão implica na sua renúncia ao eventual direito de negociar sua proposta de preços, caso seja convocado para tal.

g) adotar procedimento idêntico, na falta de êxito na negociação mencionada na alínea precedente, sucessivamente com as demais licitantes, obedecida a ordem de classificação das Propostas Técnicas, até a consecução de acordo para a contratação prevista no presente certame.

h) declarar a licitante vencedora do julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços, a agência a ser contratada que:

h1) tenha sido mais bem classificadas no julgamento da Proposta Técnica; e

h2) tenha individualmente apresentado a Proposta de menor preço, conforme disposto no item 15, ou concordado em praticá-lo a partir da negociação prevista no Art. 61, §1º da Lei nº 14.133/2021

i) informar que o resultado do julgamento das Propostas de Preços e do julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços será publicado na forma do edital, com a indicação da ordem de classificação, abrindo-se prazo para interposição de recurso, conforme disposto no Edital.

Quarta Sessão

11.19 Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, a Comissão Geral de Licitação convocará as licitantes, na forma do 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 Invólucros nº 5 das licitantes em condições de participação, cujos documentos serão rubricados pelos membros da Comissão de Contratação e pelos representantes das licitantes presentes ou por comissão por eles indicada;

c) Analisar a conformidade dos Documentos de Habilitação com as condições estabelecidas no Edital e na legislação em vigor;

d) Colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame, os documentos integrantes dos Invólucros nº5;

e) dar conhecimento do resultado da habilitação e informar que será publicado na forma do Edital, com a indicação das licitantes habilitadas e inabilitadas, abrindo-se prazo de 03 (três) dias úteis para interposição de recurso, conforme disposto no artigo 165, da Lei 14.133/2021;

e.1) Na hipótese de inabilitação de todas as licitantes, a administração poderá conceder um prazo de 5 (cinco) dias úteis para que as licitantes apresentem a documentação, regularizando eventuais motivos de inabilitação.

f) informar que será publicado, na forma do Edital, o nome das licitantes vencedoras 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.

12 DOS RECURSOS ADMINISTRATIVOS

12.1 Eventuais recursos referentes a presente concorrência deverão ser interpostos no prazo máximo de 03 (três) dias úteis a contar da intimação do ato ou da lavratura da ata, em petição escrita dirigida à autoridade competente do CONTRATANTE, por intermédio da Comissão de Contratação, protocolizada no setor/endereço do anunciante, de segunda a sexta-feira, no horário de XX h às XX h.

12.1.1 A licitante deverá manifestar sua intenção de interpor recurso imediatamente após a divulgação da decisão, sob pena de preclusão.

12.2 Interposto o recurso, o fato será comunicado às demais licitantes, que poderão impugná-lo no prazo máximo de 03 (três) dias úteis.

12.3 Recebida(s) a(s) impugnação(ões), ou esgotado o prazo para tanto, a Comissão de Contratação poderá reconsiderar a sua decisão, no prazo de 3 (três) dias úteis, ou, no mesmo prazo, submeter o recurso, devidamente instruído, e respectiva(s) impugnação(ões) à autoridade competente da CONTRATANTE, que decidirá em 10 (dez) dias úteis contados de seu recebimento;

12.3.1. Caso o recurso seja interposto em face do julgamento das propostas técnicas, a Comissão de Contratação, após o recebimento das impugnações, encaminhará o recurso à Subcomissão Técnica para análise e manifestação quanto ao recurso.

12.3.1.1 Concluída a análise e manifestação quanto ao previsto no item 12.3.1 a Subcomissão Técnica devolverá o recurso com sua manifestação à Comissão de Contratação que procederá conforme item 12.3.

12.4 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.

12.5 Será franqueada aos interessados, desde a data do início do prazo para interposição de recursos até o seu término, vista ao processo desta concorrência, em local e horário a ser indicado pela Comissão de Contratação.

12.6 Os recursos das decisões referentes à habilitação ou inabilitação de licitante e ao julgamento das Propostas Técnica e de Preços terão efeito suspensivo, podendo a Comissão de Contratação, motivadamente e se houver interesse para a CONTRATANTE, atribuir efeito suspensivo aos recursos interpostos contra outras decisões.

13 DA DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA

13.1 O valor global da contratação decorrente deste Edital está estimado em R$ 2.000.000,00 (dois milhões de reais), pelo período de 12 (doze) meses.

13.2 A previsão de recursos orçamentários para a execução dos serviços consta da Lei Orçamentária Anual - LOA, nas seguintes funcionais programáticas:

ÓRGÃO	DOTAÇÃO
xx	xxxxx
xxx	xxx
xxxxxx	xxxxx
xxxxxxx	xxxxxxxxxx

13.3 Se o ANUNCIANTE optar pela prorrogação dos contratos que vierem a ser assinados, serão consignados no Orçamento do Município de Quirinópolis dos próximos exercícios, as dotações necessárias ao atendimento dos pagamentos previstos.

13.4 A Superintendência Municipal de Comunicação - SECOM se reserva o direito de, a seu juízo, utilizar ou não a totalidade dos recursos previstos.

13.5 Havendo prorrogação dos contratos, o valor estimado poderá ser reajustado anualmente, tendo com referência o IPCA (Índice de Preços ao Consumidor Amplo) divulgado pelo IBGE.

13.6 No interesse da Superintendência Municipal de Comunicação - SECOM, a contratada ficará obrigada a aceitar os acréscimos ou supressões que se fizerem necessários nos serviços, nas mesmas condições contratuais, até o limite de 25% (vinte e cinco por cento) do valor inicial atualizado do contrato, conforme disposto no art. 125 da Lei nº 14.133/2021.

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

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

14 DA HOMOLOGAÇÃO/ADJUDICAÇÃO

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

14.2 Será vencedora desta concorrência a licitante que:

a) tenha sido a mais bem classificada no julgamento da Proposta Técnica;

b) tenha apresentado a Proposta de menor preço, ou concordado em praticá-lo a partir da negociação prevista no Art.61, §1º da Lei nº 14.133/2021 e;

c) tenha sido habilitada, observadas as disposições do item 19 deste Edital

15 CONDIÇÕES PRÉ-CONTRATUAIS E GARANTIA

15.1 A licitante vencedora terá o prazo de 10 (dez) dias, contados a partir da convocação, para assinar o respectivo instrumento de contrato, nos moldes da minuta que constitui o Anexo IV.

15.1.1. O prazo para assinatura do contrato poderá ser prorrogado, a juízo da CONTRATANTE, consideradas as justificativas que lhe forem apresentadas pelas licitantes vencedoras.

15.1.1.1 Se a licitante vencedora não comparecer nos prazos estipulados para assinar o contrato, a CONTRATANTE poderá convocar as licitantes remanescentes obedecidas a ordem de classificação das Propostas Técnicas, para assinar o contrato em igual prazo e nas mesmas condições estabelecidas para a licitante que deixou de assinar o contrato, ou revogar esta concorrência, independentemente de cominações prevista no§ 5º, Art. 90, da Lei 14.133/2021.

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

15.3 A CONTRATANTE poderá rescindir, a qualquer tempo, o contrato que vier a ser assinado, independentemente de interpelação judicial ou extrajudicial, conforme disposto na Cláusula Décima Quarta da Minuta de Contrato (Anexo IV).

15.4 A contratada manterá, pelo período de no mínimo, 05 (cinco) anos, após a extinção do contrato, acervo comprobatório da totalidade dos serviços prestados, compreendendo as peças e os materiais produzidos, acompanhados das respectivas informações relativas aos prazos de cessão dos direitos autorais vinculados, se for o caso.

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

15.6 Integrarão o contrato a serem firmados, independentemente de transcrição, as condições estabelecidas neste Edital, os elementos apresentados pela licitante vencedora que tenham servido de base para o julgamento desta concorrência e a Proposta de menor preço.

15.7 As disposições pertinentes à garantia de execução estão estabelecidas na Cláusula Décima Segunda da Minuta de Contrato (Anexo IV).

16 DAS OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA E DO CONTRATANTE

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

16.2 Fica obrigada a contratada conhecer as normas de prevenção à corrupção previstas na legislação brasileira, dentre elas o Código Penal Brasileiro, a Lei de Improbidade Administrativa (Lei nº 8.429/1992), a Lei nº 12.846/2013 (em conjunto, "Leis Anticorrupção"), assim como cumprir fielmente, por si e por seus sócios, administradores e colaboradores, exigindo o seu cumprimento pelos terceiros por ela contratados.

17 FISCALIZAÇÃO

17.1 A Superintendência Municipal de Comunicação - SECOM nomeará gestor e fiscal, titular e substituto, para acompanhar e fiscalizar a execução dos contratos resultantes desta concorrência e registrar em relatório todas as ocorrências, deficiências, irregularidades ou falhas porventura observadas na execução dos serviços e terão poderes, entre outros, para notificar a contratada, objetivando sua imediata correção, nos termos da Cláusula Sétima da Minuta de Contrato (Anexo IV).

18 DA REMUNERAÇÃO e PAGAMENTO

18.1 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 suas Propostas de Preços ou, quando for o caso, de acordo com os preços negociados na forma prevista.

18.2 A forma e as condições de pagamento são as constantes da Cláusula Décima Primeira da Minuta de Contrato (Anexo IV).

19 DAS SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

19.1 As sanções administrativas estão previstas na Minuta do Contrato (Anexo do Edital), na sua Cláusula Décima Terceira.

20 DA FRAUDE E CORRUPÇÃO

20.1 Os licitantes deverão observar os mais altos padrões éticos durante o processo licitatório e a execução do objeto, responsabilizando-se pela veracidade das informações e documentações apresentadas no processo, estando sujeitos às sanções previstas na legislação brasileira.

21 DAS DISPOSIÇÕES FINAIS

21.1 Fica assegurado à Autoridade competente o direito de:

a) Adiar a data de abertura da presente Licitação, dando publicidade nos meios previsto pela legislação, antes da data inicialmente marcada, ou em ocasiões supervenientes ou de caso fortuito;

b) Revogar, por razões de interesse público derivado de fato superveniente devidamente comprovado, pertinente e suficiente para justificar tal conduta e anulá-la por ilegalidade, de ofício ou por provocação de qualquer pessoa, mediante parecer escrito e devidamente fundamentado, sem que caiba direito de qualquer indenização;

c) Alterar as condições deste Edital, bem como divulgar pela mesma forma que se deu o texto original, fixando novo prazo inicialmente estabelecido, exceto quando, a alteração não afetar a formulação das propostas, nos termos do § 1º, art. 55 da Lei 14.133/2021;

21.2 Os serviços deverão ser prestados rigorosamente dentro das especificações estabelecidas no Edital e seus Anexos, sendo que a inobservância desta condição implicará recusa, com a aplicação das penalidades contratuais.

21.3 Considerando o disposto no art. 195, § 3º da Constituição Federal, de 05.10.1988 e no art. 2º da Lei 9.012, de 30.03.1995, obrigar-se-á a licitante, caso declarada vencedora, mediante solicitação por parte

da administração, a atualizar a Certidão Negativa de Débitos (CND) e o Certificado de Regularidade do FGTS (CRF) ou do documento denominado "Situação de Regularidade do Empregador", que deverão estar em plena validade no ato da adjudicação e quando da emissão da Nota de Empenho, caso as Certidões apresentadas na fase de habilitação tenham sua validade expirada durante a tramitação do certame licitatório.

21.4 O Edital e seus Anexos, bem como a proposta do licitante vencedor, farão parte integrante do Contrato e/ou outro documento equivalente, independentemente de transcrição.

21.5 As normas que disciplinam esta Licitação serão sempre interpretadas em favor da ampliação da disputa entre as agências interessadas, sem comprometimento com a segurança do futuro contrato.

21.6 Aos casos omissos, aplicarão as demais disposições da Lei n° 14.133/2021 e suas alterações e demais legislações pertinentes.

21.7 A participação nesta Licitação implicará aceitação integral e irretratável das normas do Edital e seus Anexos, bem como a observância dos preceitos legais e regulamentares, ressalvados o direito de impugnação e recurso.

21.8 É facultada à Comissão de Contratação, em qualquer fase da licitação, a promoção de diligência destinada a esclarecer ou complementar a instrução do processo licitação, vedada a inclusão posterior de documento ou informação que deveria constar originalmente das Propostas Técnica e de Preços ou dos Documentos de Habilitação.

21.8.1 A Comissão Contratação deverá adotar os cuidados necessários para preservar o sigilo quanto à autoria da via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária, até a abertura do Invólucro nº 2.

21.9 - As proponentes serão responsáveis pela fidelidade e legitimidade das informações e dos documentos apresentados em qualquer fase da licitação.

21.10 A licitante vencedora ficará responsável por quaisquer danos que venha a causar à terceiros ou ao patrimônio do órgão de Licitação, reparando às suas custas os mesmos, sem que lhe caiba nenhuma indenização por parte do Órgão de Licitação.

21.11 O proponente que vier a ser contratado ficará obrigado a aceitar, nas mesmas condições contratuais, os acréscimos ou supressões que se fizerem necessário, até 25% (vinte e cinco por cento) do valor inicial atualizado do contrato.

21.12 Os prazos previstos neste Edital e seus Anexos serão contados com exclusão do dia do começo e inclusão do dia do vencimento, observadas as disposições previstas no art. 183 da Lei Federal nº 14.133/2021.

21.13 O desatendimento de exigências meramente formais que não comprometam a aferição da qualificação do licitante ou a compreensão da sua proposta não importará seu afastamento da licitação ou a invalidação do processo, nos termos do inciso III do art. 12 da Lei Federal nº 14.133/2021.

21.14 A homologação do resultado dessa licitação não importará em direito à contratação.

21.15 No caso de ausência de solicitação de esclarecimentos pressupõe-se que os elementos constantes deste ato convocatório são suficientes, claros e precisos, não cabendo, portanto, qualquer reclamação posterior.

21.16 É de responsabilidade da licitante o acompanhamento do Edital pelo site: www.quirinopolis.go.gov.br até a data da realização da sessão pública de abertura dos envelopes da Proposta Técnica, Proposta de Preços e Documentos de Habilitação.

21.17 Se ocorrer desclassificação ou inabilitação da licitante vencedora, por fatos referidos no subitem precedente, a Superintendência Municipal de Comunicação - SECOM poderá convocar as licitantes remanescentes obedecidas a ordem de classificação das Propostas Técnicas ou revogar esta concorrência.

21.18 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.

21.19 Se houver indícios de conluio entre as licitantes ou de qualquer outro ato de má-fé, a Superintendência Municipal de Comunicação - SECOM comunicará os fatos verificados ao Conselho Administrativo de Defesa Econômica do Ministério da Justiça e ao Ministério Público Estadual, para as providências devidas.

21.20 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.

21.21 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.

21.22 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.

21.23 Constatada irregularidade no procedimento licitatório ou na execução contratual, caso não seja possível o saneamento, a decisão sobre a suspensão da execução ou sobre a declaração de nulidade do contrato somente será adotada na hipótese em que se revelar medida de interesse público, com avaliação, nos termos do artigo 147 da Lei 14.133/2021.

21.24 A Superintendência Municipal de Comunicação - SECOM poderá cancelar de pleno direito qualquer Nota de Empenho que vier a ser emitida em decorrência desta licitação, bem como rescindir o respectivo contrato, independentemente de interpelação judicial ou extrajudicial, desde que motivado o ato e assegurados à contratada o contraditório e a ampla defesa, caso a adjudicação seja anulada, em virtude de qualquer dispositivo legal que a autorize.

21.25 Para conhecimento dos interessados será expedido o Aviso de Licitação que será publicado no Diário Oficial do Município e em jornal de grande circulação e o Edital, que será publicado no site oficial da Prefeitura de Quirinópolis (www.quirinopolis.go.gov.br) e no Portal Nacional de Contratações Públicas - PNCP, estando a Comissão de Contratação à disposição dos interessados.

21.26 Integram este Termo de Referência os seguintes Anexos:

a) Anexo I: Briefing;

b) Anexo II: Modelo de Procuração/Credenciamento;

c) Anexo III: Modelo de Proposta de Preços;

d) Anexo IV: Minuta de Contrato.

PREFEITURA MUNICIPAL DE QUIRINÓPOLIS, aos 02 dias do mês de outubro de 2026.

CLERISTON BORGES ARAÚJO
Gestor Municipal

ANEXO I

BRIEFING

1. BREVE HISTÓRICO

1.1 História

A história de Quirinópolis, localizada no sudoeste goiano, remonta a meados do século XIX, quando a região era praticamente desabitada.

Início e Freguesia: A ocupação se intensificou com a vinda de fazendeiros, especialmente de Minas Gerais e São Paulo. O povoado começou com a construção de uma capela em 1868. Em 1879, o povoado foi elevado à condição de Freguesia de Nossa Senhora D'Abadia do Paranaíba.

Novo Templo e Nome: A primeira capela foi posteriormente abandonada devido à sua localização em uma área de baixada. Em 1910, ela foi demolida por José Quirino Cardoso, que construiu a atual Velha Matriz com o auxílio da comunidade. Em homenagem a ele, o distrito recebeu o nome de Quirinópolis em 24 de fevereiro de 1931, por meio do Decreto Lei Estadual n° 17.

Emancipação Política: Quirinópolis permaneceu como distrito de Rio Verde até ser elevada à categoria de município. Isso ocorreu pelo Decreto-Lei Estadual n.º 8.305, de 31 de dezembro de 1943. A emancipação política foi formalizada em 22 de janeiro de 1944, data celebrada como o aniversário da cidade.

Desenvolvimento Recente: A partir das décadas de 1960 e 1970, o município passou por grandes transformações econômicas, impulsionadas pela modernização da agricultura e o crescimento da produção de álcool e açúcar, atraindo migrantes e promovendo um expressivo desenvolvimento urbano.

1.2 . O salto no Desenvolvimento

Embora o município tenha registrado um crescimento populacional e econômico notável no final da década de 1970 e meados da década de 1980, impulsionado pela modernização do campo e o cultivo de grãos, o verdadeiro salto de desenvolvimento e o grande marco de arrancada ocorreram a partir de meados dos anos 2000.

O Pivô: O fator decisivo foi a instalação das grandes Usinas Sucroalcooleiras (produção de etanol e açúcar) a partir de 2006/2007.

Transformação Econômica: A chegada dessas usinas transformou rapidamente o perfil econômico da região. Quirinópolis, que antes se dedicava majoritariamente à soja, milho e pecuária, viu a cana-de-açúcar se tornar a cultura dominante, figurando entre os maiores produtores nacionais.

Impacto Regional: Essa mudança gerou um enorme crescimento do Produto Interno Bruto (PIB) municipal, atraiu um grande volume de investimentos (alguns na casa do bilhão de reais) e criou milhares de empregos diretos e indiretos (indústria motriz para o crescimento).

Cidade Polo: O desenvolvimento no setor sucroenergético cimentou a posição de Quirinópolis como uma cidade polo e um centro de irradiação de desenvolvimento para toda a microrregião.

Em resumo, o grande marco que promoveu a arrancada socioeconômica mais recente e transformadora da cidade foi a expansão da agroindústria canavieira, a partir de 2006.

1.3. Turismo

1.3.1. Turismo gastronômico:

A Terra da Chica Doida

O principal chamariz do turismo gastronômico de Quirinópolis é, sem dúvida, a **Chica Doida**, um autêntico e famoso prato da culinária goiana.

- **Prato Típico:** A Chica Doida é uma iguaria criada localmente por Dona Petronilha Ferreira Cabral e sua família, que leva como ingredientes principais o **milho verde**, **linguiça**, **queijo**, e o toque especial da **guariroba** (palmito amargo) e, tradicionalmente, **pimenta**.
- **Patrimônio Goiano:** A relevância do prato é tanta que ele foi oficialmente reconhecido como **Patrimônio Cultural Imaterial Goiano** pela Lei Estadual n° 21.307/2022.

- **Festival Gastronômico:** A cidade promove anualmente o **Festival Gastronômico da Chica Doida**, um evento que atrai visitantes de várias regiões com concursos, oficinas de culinária (como as do SENAR), *cozinha shows* e grandes apresentações musicais, celebrando o sabor local e a tradição.
- **Mercado Público:** O Mercado Público Municipal (batizado com o nome da criadora do prato, Dona Petronilha) abriga um quiosque dedicado à venda da Chica Doida original, mantendo viva essa herança cultural.

1.3.2 Turismo Ecológico e de Aventura: O Vale dos Lagos

Quirinópolis é uma cidade privilegiada por sua hidrografia e paisagens do Cerrado, sendo um portal para o chamado "Vale dos Lagos do Paranaíba".

1.3.3 Turismo de Agronegócio (Agroturismo)

O agronegócio é o motor econômico de Quirinópolis e, indiretamente, uma forma de turismo, embora ainda com grande potencial a ser explorado em termos de roteiros formais de Agroturismo/Turismo Rural.

1.4. A ECONOMIA

A economia de Quirinópolis, no Sudoeste Goiano, é um motor de desenvolvimento regional, tendo o **Agronegócio** como sua força dominante e indutora. O grande salto e marco de arrancada do município ocorreu com a expressiva **expansão da agroindústria sucroalcooleira** (produção de etanol e açúcar) a partir dos anos 2000. Esta atividade, junto ao cultivo de grãos como **soja e milho** e a **pecuária de corte**, solidificou o setor primário e secundário (indústria de transformação) como o principal gerador de riqueza. A "fabricação de açúcar" é, consistentemente, o maior empregador formal da cidade, indicando a centralidade da agroindústria para o mercado de trabalho local.
O dinamismo do agronegócio impulsiona os demais setores, tornando Quirinópolis um **polo de serviços e comércio** para os municípios vizinhos e para o próprio campo. O setor terciário inclui serviços especializados de apoio à agricultura, logística, saúde, e um comércio varejista bem estabelecido. A cidade demonstra ser um ambiente favorável para o crescimento, evidenciado pela abertura de novas empresas e pela contínua atração de investimentos, solidificando sua posição como um centro econômico vital na mesorregião.
A força econômica de Quirinópolis é refletida em seus indicadores de riqueza. Com um **PIB (Produto Interno Bruto) total** de aproximadamente **R$ 1,68 bilhão (dados IBGE 2022)**, o município se posiciona em uma colocação de destaque, ocupando o **17º lugar** entre os municípios goianos. Já o **PIB *per capita*** é de cerca de **R$ 41.843,87 (dados IBGE 2022)**, um valor que não só é superior à média do estado de Goiás, como também coloca o município em uma posição elevada no *ranking* estadual, reforçando a alta produtividade e a competitividade de sua economia, majoritariamente ligada à agroindústria.

1.4.1 Mão de Obra

A força de trabalho é majoritariamente absorvida pela cadeia produtiva da cana-de-açúcar, que inclui a produção agrícola e o processamento industrial. A atividade de Fabricação de Açúcar e Álcool é o maior empregador formal, exigindo desde mão de obra rural especializada (operadores de máquinas agrícolas e tratoristas) até técnicos e gestores para as grandes usinas. O restante da força de trabalho se concentra nos setores essenciais de Comércio, Serviços e Administração Pública.
O alto nível de **tecnificação** do agronegócio impõe uma demanda constante por **qualificação**. A mão de obra busca se afastar do trabalho não especializado para se concentrar em:

- **Habilidades Técnicas:** Operação e manutenção de máquinas de precisão, controle de processos industriais e gestão de segurança.

- **Formação Superior:** Profissionais com formação em Agronomia, Engenharia, Administração e áreas correlatas são cruciais para a gestão e o desenvolvimento do setor produtivo.

Em resumo, a mão de obra em Quirinópolis é **orientada à produtividade**, com uma crescente necessidade de **certificação técnica** e **formação superior** para suprir a demanda da sua agroindústria altamente competitiva.

1.4.2 Indústria e Polo de Desenvolvimento

Quirinópolis se estabeleceu como um polo de desenvolvimento regional graças à forte simbiose entre sua **indústria de transformação** e a produção agrícola de alta escala.

O setor industrial de Quirinópolis é vastamente dominado pela **Agroindústria**, sendo o pilar do seu crescimento econômico.

- **Setor Sucroenergético:** A principal atividade é a **fabricação de açúcar e etanol (álcool)**, oriunda do processamento da cana-de-açúcar. A instalação de grandes **usinas sucroalcooleiras** no município transformou a paisagem produtiva, gerando a maior concentração de empregos formais da cidade e elevando o valor agregado dos produtos locais. Essa indústria não apenas processa a matéria-prima, mas também gera **bioenergia** (eletricidade), a partir do bagaço da cana, diversificando a produção industrial.
- **Outras Indústrias:** Embora a sucroenergia seja dominante, o parque industrial inclui empresas de apoio logístico, processamento de grãos e, em menor escala, indústrias voltadas para a construção civil e a confecção, complementando a base econômica.

1.4.3 Pesquisa e Inovação

A Pesquisa e Inovação (P&I) em Quirinópolis são estratégicas e diretamente ligadas à necessidade de manter a **alta competitividade e sustentabilidade** do seu motor econômico: o **Agronegócio**. O foco primário está na cadeia produtiva da cana-de-açúcar, com investimentos em pesquisa aplicada para desenvolver novas **variedades de cana** mais resistentes e aprimorar a **eficiência industrial** na produção de açúcar e etanol. A inovação também abrange a área de **bioenergia**, visando maximizar a **co-geração de eletricidade** a partir do bagaço da cana, e a adoção de tecnologias de **Agricultura de Precisão** no cultivo de grãos para otimizar o uso de insumos.

O desenvolvimento de P&I conta com o apoio fundamental da **Universidade Estadual de Goiás (UEG)**, cujo *campus* em Quirinópolis atua como um polo de formação de capital humano qualificado. Por meio de cursos nas áreas de Ciências Agrárias e Tecnologia, a UEG realiza **pesquisas e projetos de extensão** que buscam soluções aplicáveis aos desafios locais, como manejo de solos e fitossanidade. Essa colaboração entre a academia e o setor produtivo é vital para garantir a **transferência de tecnologia** e a formação de profissionais alinhados com as demandas de inovação do mercado.

Em um contexto mais amplo, a inovação em Quirinópolis também começa a se expandir para o **setor social e de serviços**, buscando fomentar o **empreendedorismo tecnológico** (startups) para solucionar problemas de logística e gestão do agronegócio. Além disso, a pesquisa sobre o **patrimônio cultural**, como a história da Chica Doida, contribui para a inovação no setor de turismo e gastronomia. Em suma, a P&I na cidade é orientada a resultados e é um fator chave para sustentar o crescimento econômico baseado na alta tecnologia agrícola e industrial.

1.4.4 Atração de Investimentos

A atração de investimentos em Quirinópolis é impulsionada primariamente por sua consolidação como um polo de **Agroindústria de alta rentabilidade**. O fator de maior sucesso é o **Polo Sucroenergético**, que continua a receber capital para a expansão e modernização das usinas de **açúcar e etanol**, devido à segurança e à estabilidade da produção. Essa alta rentabilidade é reforçada pela **elevada produtividade agrícola** de culturas como soja e milho, o que atrai investimentos em toda a cadeia de apoio, como empresas de **máquinas agrícolas de precisão**, insumos e serviços especializados.

Para sustentar esse fluxo de capital, o município oferece uma **infraestrutura favorável** e incentivos. A localização estratégica, com bom acesso a **eixos rodoviários** importantes (BR-483 e GO-206), facilita a logística e o escoamento da produção. Além disso, a prefeitura trabalha para estruturar **áreas industriais** com infraestrutura básica para novos empreendimentos, e a presença de instituições como a **UEG, SENAI/SENAR além de instituições particulares como a FAQUI,** que hoje conta até com curso de Medicina e garante um fornecimento constante de **mão de obra qualificada e especializada**, fator crucial para a atração e retenção de empresas de base tecnológica.
Os investimentos em Quirinópolis concentram-se em dois eixos: a **manutenção da liderança** pela modernização contínua das usinas e a **diversificação** de sua base econômica. Há um esforço para atrair capital para setores complementares, como serviços especializados (logística, TI), turismo e indústrias que possam utilizar subprodutos da cana, fortalecendo o polo de desenvolvimento. Em suma, a segurança e o retorno oferecidos pela agroindústria fazem de Quirinópolis um destino robusto e confiável para o capital privado no coração do agronegócio brasileiro.

1.5. A infraestrutura

A infraestrutura de Quirinópolis é moderna e robusta, projetada para suportar tanto o elevado nível de vida urbana quanto as demandas logísticas e energéticas de sua poderosa agroindústria. Em termos de **Logística e Acesso**, a cidade é bem servida por importantes **rodovias**, como a **GO-206** e a **BR-483**, que são vitais para o rápido e eficiente escoamento da vasta produção de grãos e produtos sucroalcooleiros. Internamente, a área urbana desfruta de boa pavimentação e de serviços de telecomunicações de alta qualidade, incluindo banda larga, essenciais para o turismo de negócios e a operação da Agricultura de Precisão.
No que tange aos **Serviços Essenciais e Energia**, Quirinópolis mantém um bom nível de atendimento em **saneamento básico**, com ampla cobertura de água tratada, coleta e tratamento de esgoto, contribuindo para a saúde pública. O suprimento de **energia elétrica** é particularmente notável, pois as usinas sucroalcooleiras locais desempenham um papel crucial na matriz energética regional ao realizar a **co-geração de bioenergia** a partir do bagaço da cana, garantindo estabilidade energética tanto para a indústria quanto para a cidade.
A **infraestrutura social** e de lazer complementa a solidez econômica, tornando Quirinópolis um polo de atração de capital humano. O setor de **Saúde** é atendido por Unidades Básicas e pelo **Hospital Municipal**, que presta serviços de referência. Na **Educação**, a presença do *campus* da **Universidade Estadual de Goiás (UEG)** e dos centros de qualificação profissional (**SENAR/SENAI**) garante a formação da mão de obra necessária. Finalmente, espaços como o **Lago do Sol Poente, Parque da Liberdade** e o **Mercado Público Municipal** oferecem lazer de qualidade e apoiam a cultura e o comércio local, consolidando a infraestrutura da cidade como um pilar de seu crescimento e qualidade de vida.

2. DESAFIO DE COMUNICAÇÃO

Historicamente, a **Prefeitura Municipal de Quirinópolis** enfrenta o desafio de estabelecer canais de comunicação efetivos e abrangentes com a sociedade. Essa insuficiência resulta na **falta de conhecimento** por parte da população sobre as atribuições, os serviços e os resultados alcançados pelo Governo Municipal. Em via oposta, essa lacuna impede a Prefeitura de captar a percepção real que a comunidade tem sobre a qualidade e a eficácia do trabalho realizado.
A Administração Municipal tem, portanto, a necessidade estratégica de **divulgar ativamente seus serviços e operações** junto à comunidade. O objetivo é duplo: sedimentar e fortalecer a imagem institucional, dando pleno cumprimento aos princípios constitucionais de **publicidade e transparência** (Art. 37 da Constituição Federal), e, ao mesmo tempo, promover o engajamento cívico.
A **atual administração** em Quirinópolis tem implementado ações e investimentos direcionados a todas as áreas, buscando **cuidar da população** e impulsionar o desenvolvimento do município. Tais ações abrangem a **educação** para as futuras gerações, a melhoria da **saúde** de toda a população, o cuidado com

o **meio ambiente**, o fomento à **economia** – crucial no contexto do agronegócio – e a atração de **novos investimentos** que solidifiquem o crescimento de Quirinópolis como polo regional.
Essas ações são implementadas buscando, de forma contínua, o **atendimento dos cidadãos mais vulneráveis**, visando elevar a qualidade de vida de toda a população. Adicionalmente, a gestão tem priorizado a **atração de investimentos** para o Município. Esse fomento é vital para a criação de emprego e renda para os munícipes e consolida o crescimento econômico, beneficiando indiretamente a administração pelo aumento da arrecadação, o que, por sua vez, permite ampliar a oferta de serviços e melhorar ainda mais a qualidade de vida do cidadão quirinopolino.

3. OBJETIVOS DE COMUNICAÇÃO – GERAL E ESPECÍFICOS

3.1 Geral – Os objetivos de comunicação deverão estar diretamente vinculados à ação de comunicação proposta pela agência proponente e contribuirá, direta ou indiretamente, para a superação do desafio de comunicação, como por exemplo: posicionar a administração como vetor do desenvolvimento do município, prestando conta à população das ações que foram desenvolvidas pelo poder público, valorizando cada cidadão quirinopolino.

3.2 Específico – Com vistas a execução do plano de comunicação publicitária a licitante deverá, com base nas informações constante deste Briefing, **desenvolver uma campanha com o objetivo de demonstrar os avanços da atual administração, além de atrair novos investimentos para o município de Quirinópolis/GO, dando ênfase na força e pujança do agronegócio como propulsor do desenvolvimento da cidade,** fatores estes que serão determinantes no desenvolvimento da cidade, além da criação de emprego e renda, que direta e indiretamente beneficiará toda a população quirinopolina.

4. PÚBLICOS-ALVO

Toda a população de Quirinópolis e Região, podendo abranger outros públicos que a licitante entenda ser importante na sua estratégia de comunicação com vista ao atingimento do objetivo proposto na campanha.

5. PRAÇAS

A licitante deverá definir na sua Estratégia de Comunicação as praças onde a Campanha deverá ser veiculada com vistas a atingir o objetivo proposto em larga escala, utilizando os meios que entenda serem mais eficientes na busca do resultado proposto.

6. PERÍODO

A campanha deverá ter duração de no mínimo 30 (trinta) dias, no período a ser definido pela licitante em data posterior a apresentação das propostas técnicas e de preços.

7. VERBA REFERENCIAL PARA INVESTIMENTO

O valor estipulado para investimento na campanha a ser apresentada é de até R$150.000,00 (cento e cinquenta mil reais).

8. PESQUISAS E OUTRAS INFORMAÇÕES

Outras informações sobre o município de Quirinópolis e estão disponíveis no portal da Prefeitura de Quirinópolis, no sítio: https://quirinopolis.go.gov.br/.

9. RECURSOS PRÓPRIOS DE COMUNICAÇÃO DIGITAL

A Prefeitura Municipal de Quirinópolis possuiu os seguintes canais próprios de comunicação:
https://quirinopolis.go.gov.br/
https://www.instagram.com/pref.quirinopolis/
https://www.facebook.com/prefeituraquirinopolis/?locale=pt_BR
https://www.youtube.com/@prefeituradequirinopolis6279/

ANEXO II

MODELO DE PROCURAÇÃO

Outorgante

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

Outorgado

Representante devidamente qualificado

Objeto

Representar a outorgante na **Concorrência nº XX / ano**.- Prefeitura de Quirinópolis

Poderes

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

local e data

_____

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

***Observação**: se particular, a procuração será elaborada em papel timbrado da licitante e assinada por representantes legais ou pessoa devidamente autorizada, sendo necessário comprovar os poderes do outorgante para a presente delegação>*

ANEXO III

MODELO DE PROPOSTA DE PREÇOS

À

Comissão de Contratação
Prefeitura Municipal de Quirinópolis

Referente Concorrência nº XX / ano – Contratante

1. Preços sujeitos a valoração

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

a) Desconto a ser concedido à CONTRATANTE, sobre os custos internos dos serviços executados pela licitante, baseados na tabela referencial de preços do Sindicato das Agências de Propaganda de Goiás: _____% (..... por cento);

g) Honorários a serem cobrados da CONTRATANTE, incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da licitante, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material cuja distribuição proporcione ou não o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do artigo 11 da Lei Federal nº 4.680/1965: _____ %(..... por cento);

c) Honorários a serem cobrados da CONTRATANTE, incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da licitante, referentes aos serviços descritos nas alíneas abaixo: .....(.....por cento).

I. ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes ao objeto do contrato, exceto pesquisas de pré-testes.

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

III. à reimpressão de peças publicitárias.

d) Honorários a serem cobrados da CONTRATANTE, incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da licitante, referentes à criação, à implementação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, destinadas a expandir os efeitos das mensagens e das ações publicitárias, em consonância com novas tecnologias, cuja distribuição **não nos proporcione** o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965: ____% (..... por cento).

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

1.3 O prazo de validade desta Proposta de Preços é de ..... (por extenso) dias corridos, contados de sua apresentação, em consonância com o disposto no subitem 14.3 do Edital.

2. Outras declarações

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

2.2 Estamos cientes de que a CONTRATANTE procederá à retenção de tributos e contribuições nas situações previstas em lei.

2.3 Comprometemo-nos a envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores de bens e de serviços especializados e a veículos de divulgação, transferindo à CONTRATANTE todas as vantagens obtidas, nos termos do disposto no parágrafo único do art. 15 da Lei n.º 12.232/2010.

2.4 Garantimos o pagamento integral dos valores devidos aos fornecedores de bens e de serviços especializados e aos veículos de divulgação, após a liquidação das despesas e o pagamento a cargo da CONTRATANTE, nos termos da Cláusula Décima Primeira da Minuta de Contrato (Anexo IV).

2.5 Esta Proposta de Preços está em conformidade com o Edital da concorrência em referência.

local e data

_____

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

ANEXO IV

MINUTA DE CONTRATO

CLÁUSULA PRIMEIRA	LEGISLAÇÃO E DOCUMENTOS VINCULADOS
CLÁUSULA SEGUNDA	OBJETO
CLÁUSULA TERCEIRA	VIGÊNCIA
CLÁUSULA QUARTA	VALOR CONTRATUAL E RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS
CLÁUSULA QUINTA	OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA
CLÁUSULA SEXTA	OBRIGAÇÕES DA CONTRATANTE
CLÁUSULA SÉTIMA	FISCALIZAÇÃO E ACEITAÇÃO
CLÁUSULA OITAVA	REMUNERAÇÃO
CLÁUSULA NONA	DESCONTO DE AGÊNCIA
CLÁUSULA DÉCIMA	DIREITOS AUTORAIS
CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA	LIQUIDAÇÃO E PAGAMENTO DE DESPESAS
CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA	GARANTIA DE EXECUÇÃO
CLÁUSULA DÉCIMA TERCEIRA	SANÇÕES ADMINISTRATIVAS
CLÁUSULA DÉCIMA QUARTA	RESCISÃO
CLÁUSULA DÉCIMA QUINTA	DISPOSIÇÕES GERAIS
CLÁUSULA DÉCIMA SEXTA	DA POLÍTICA ANTICORRUPÇÃO
CLÁUSULA DÉCIMA SÉTIMA	DO FORO

CONTRATO PARA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE QUE, ENTRE SI, FAZEM O MUNICÍPIO DE QUIRINÓPOLIS, ATRAVÉS DA Superintendência Municipal de Comunicação, E A (NOME DA AGÊNCIA CONTRATADA)

CONTRATO Nº XXXX /2026

O **MUNICÍPIO DE QUIRINÓPOLIS**, através da Superintendência Municipal de Comunicação**,** inscrita no CNPJ nº ....., sediado em ....., doravante designada **CONTRATANTE**, neste ato representado(a) pelo ....., CPF nº ....., residente e domiciliado nesta cidade, de acordo com a competência prevista no art. ..... da Portaria nº ....., de ....., publicada no Diário Oficial da Prefeitura de Quirinópolis, e a empresa: .....,sediada na Rua ..... inscrita no CNPJ nº....., estabelecida no ....., neste ato representada por ....., portador da Carteira de Identidade nº..... e do CPF nº ....., residente e domiciliado em XXXXXXXXX doravante denominada **CONTRATADA**, têm, entre si, acordado os termos deste contrato, objeto da Concorrência nº **XX / ano**, Processo nº ....., mediante os termos e condições a seguir:

CLÁUSULA PRIMEIRA – REGIME DE EXECUÇÃO, LEGISLAÇÃO E DOCUMENTOS VINCULADOS

1.1 Os serviços do presente contrato serão realizados na forma de execução indireta, e regime de empreitada por preço unitário e reger-se-á pelas disposições da Lei nº 12.232/2010, e, de forma complementar, das Leis nº 4.680/1965, e nº 14.133/2021.

1.1.1 Aplicam-se também a este contrato as disposições do Decreto nº 57.690/1966, do Decreto nº 4.563/2002.

1.2 Independentemente de transcrição, fazem parte deste contrato o Edital da Concorrência nº XX /ano, seus Anexos, bem como as Propostas Técnica e de Preços da **CONTRATADA**, os quais constituem parte deste instrumento.

CLÁUSULA SEGUNDA – OBJETO

2.1 Constitui objeto do presente contrato a prestação de serviços de publicidade, por intermédio de agência de propaganda, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de ações publicitárias da **CONTRATANTE** junto a públicos de interesse, para divulgação de ações preventivas, educativas e de utilidade pública da CONTRATANTE.

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

a) ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento, relacionados à execução do presente contrato;

b) à produção e à execução técnica de peças, materiais e projetos publicitários, de mídia e não mídia, criados no âmbito do presente contrato;

c) a produção de conteúdo, a criação e execução técnica de ações e peças de comunicação para canais digitais; e

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

2.3.1 A CONTRATADA poderá, mediante autorização prévia da CONTRATANTE, efetuar a contratação de serviços de terceiros com vistas a intermediação e supervisão da execução externa e a distribuição de ações publicitárias junto a públicos de interesse, bem como à produção e à execução

técnica de peças, materiais e projetos publicitários, de mídia e não mídia, criados no âmbito dos contratos, desde que tais serviços não estejam contemplados na Tabela do Sindicado das Agências de Propaganda do Estado de Goiás.

2.4 A **CONTRATADA** atuará de acordo com solicitação da **CONTRATANTE**, e não terá exclusividade em relação a nenhum dos serviços previstos nesta Cláusula.

CLÁUSULA TERCEIRA – VIGÊNCIA

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

3.1.1 A **CONTRATANTE** poderá optar pela prorrogação desse prazo, mediante acordo entre as partes, nos termos dos arts. 106 e 107 da Lei nº 14.133/2021.

3.1.2 A prorrogação será instruída mediante avaliação de desempenho da **CONTRATADA**, a ser efetuada pela **CONTRATANTE**.

CLÁUSULA QUARTA – VALOR CONTRATUAL E RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS

4.1 O valor deste contrato, decorrente da Concorrência nº XX / 2026, que deu origem a este instrumento, está estimado em R$ 2.000.000,00 (Dois milhões de reais), pelos primeiros 12 (doze) meses de vigência deste contrato.

4.2 A previsão de recursos orçamentários para a execução dos serviços durante o exercício de ano consta da Lei Orçamentária Anual - ano da LOA, nas seguintes funcionais programáticas:

a) XX.XXX.XXXX. XXXX.

4.3 Se a **CONTRATANTE** optar pela prorrogação deste contrato, serão consignadas nos próximos exercícios, no Programa próprios de Serviços de Publicidade, a(s) dotação(ões) necessária(s) ao atendimento dos pagamentos previstos.

4.3.1 Na prorrogação, a **CONTRATANTE** poderá renegociar os percentuais de remuneração praticados com a **CONTRATADA**, com base em pesquisa de preços, com vistas a obter maior vantajosidade para a Administração, no decorrer da execução deste contrato.

4.3.2 A **CONTRATANTE** poderá, a qualquer tempo, efetuar revisão dos percentuais de remuneração praticados com a **CONTRATADA**, em decorrência de eventual redução identificada nas referências de mercado, por meio de termo aditivo.

4.4 A **CONTRATANTE** se reserva o direito de, a seu juízo, executar ou não a totalidade do valor contratual.

1.5 No interesse da **CONTRATANTE**, a **CONTRATADA** fica obrigada a aceitar os acréscimos ou supressões que se fizerem necessários nos serviços, nas mesmas condições contratuais, até o limite de 25% (vinte e cinco por cento) do valor inicial atualizado do presente contrato, conforme disposto nos do art. 125 e 126 da Lei nº 14.133/2021.

4.6 Havendo prorrogação dos contratos, o valor estimado poderá ser reajustado anualmente, tendo com referência o IPCA (Índice de Preços ao Consumidor Amplo) divulgado pelo IBGE.

CLÁUSULA QUINTA - OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA

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

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

5.1.2 Manter sistema de atendimento presencial à CONTRATANTE, devendo para isso, manter sistema de atendimento em Quirinópolis, sem ônus adicional. 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.

5.1.2.1 A **CONTRATADA** deverá comprovar, no prazo máximo de 30 (trinta) dias corridos, a contar da data da assinatura deste instrumento, que possui, na Região Metropolitana de Goiânia, sistema de atendimento compatível com o volume e a característica dos serviços a serem prestados à **CONTRATANTE.**

5.1.3 Executar – com seus próprios recursos ou, quando necessário, mediante a contratação de fornecedores de bens e de serviços especializados e de veículos de divulgação – todos os serviços relacionados com o objeto deste contrato, de acordo com as especificações estipuladas pela **CONTRATANTE**.

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

5.1.5 Envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores de bens e de serviços especializados e a veículos de divulgação e transferir à **CONTRATANTE** todas as vantagens obtidas.

5.1.5.1 Pertencem à **CONTRATANTE** todas as vantagens obtidas em negociação de compra de mídia diretamente ou por intermédio da **CONTRATADA**, incluídos os eventuais descontos e as bonificações na forma de espaço, tempo ou reaplicações que tenham sido concedidos por veículo de divulgação.

5.1.5.1.1 O disposto no subitem 5.1.5.1 não abrange os planos de incentivo concedidos por veículos de divulgação à **CONTRATADA**, nos termos do art. 18 da Lei nº 12.232/2010.

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

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

5.1.5.3.1 O desrespeito ao disposto no subitem 5.1.5.3 constituirá grave violação aos deveres contratuais por parte da **CONTRATADA** e a submeterá a processo administrativo em que, comprovado o comportamento injustificado, implicará a aplicação das sanções previstas neste contrato.

5.1.6 Negociar sempre as melhores condições de preço, até os percentuais máximos constantes dos subitens 10.2.1.1 e 10.2.2, no tocante aos direitos patrimoniais sobre trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos de autor e conexos e aos direitos patrimoniais sobre obras consagradas, nos casos de reutilizações de peças publicitárias da **CONTRATANTE**.

5.1.7 Observar as seguintes condições para o fornecimento de bens e de serviços especializados à **CONTRATANTE**:

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

II - só apresentar cotações de preços obtidas junto a fornecedores previamente cadastrados na Contratante, aptos a fornecer à **CONTRATADA** bens e serviços especializados, relacionados com as atividades complementares da execução do objeto deste contrato;

III - apresentar, no mínimo, 03 (três) cotações coletadas entre fornecedores de bens e de serviços especializados que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido;

IV - exigir dos fornecedores que constem da cotação de bens e de serviços especializados, o detalhamento das especificações que compõem seus preços unitários e total;

V - a cotação deverá ser apresentada em via original, em papel timbrado, com a identificação do fornecedor (nome empresarial completo, CNPJ ou CPF, endereço, telefone, entre outros dados) e a identificação (nome completo, cargo na empresa, RG e CPF) e assinatura do responsável pela cotação;

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

VII - para cada orçamento encaminhado, deve ser observada a presença da seguinte declaração, assinada por funcionário da **CONTRATADA** responsável pela documentação:

"*atestamos que este orçamento e seus anexos foram conferidos e estão de acordo com a especificação técnica aprovada e as exigências contratuais*".

5.1.7.1 Quando o fornecimento de bens ou de serviços especializados tiver valor superior a 0,5% (cinco décimos por cento) do valor global deste contrato, a **CONTRATADA** coletará orçamentos dos fornecedores em envelopes fechados, que serão abertos em sessão pública, convocada e realizada sob a fiscalização da **CONTRATANTE**.

5.1.7.2 A **CONTRATANTE** procederá à verificação prévia da adequação dos preços dos bens e dos serviços especializados cotados em relação aos do mercado, podendo para isso recorrer às informações disponíveis no SIREF, ou realizar cotação de preços diretamente junto a outros fornecedores.

5.1.7.3 Se não houver possibilidade de obter 03 (três) cotações, a **CONTRATADA** deverá apresentar as justificativas pertinentes, por escrito, para prévia decisão da **CONTRATANTE**.

5.1.7.4 Se e quando julgar conveniente, a **CONTRATANTE** poderá supervisionar o processo de seleção dos fornecedores, realizado pela **CONTRATADA,** quando o fornecimento de bens ou de serviços especializados tiver valor igual ou inferior a 0,5% (cinco décimos por cento) do valor global deste contrato.

5.1.7.5 A **CONTRATADA** está ciente de que deverá incluir cláusula de alerta em seus pedidos de cotação junto a fornecedores de bens e de serviços especializados, quando pertinente, no sentido de que, na produção de peças publicitárias destinadas à veiculação pelas emissoras de televisão e em salas cinematográficas, seja considerado o disposto nos arts. 44 a 46 da Lei nº 12.288/2010.

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

5.1.7.7 As disposições dos subitens 5.1.7 e 5.1.7.4 não se aplicam à compra de mídia.

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

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

I - um mesmo sócio ou cotista participe de mais de um fornecedor em um mesmo procedimento de cotação;

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

5.1.9 Obter a autorização prévia da **CONTRATANTE**, por escrito, para realizar despesas com bens e serviços especializados prestados por fornecedores, com veiculação e com qualquer outra despesa relacionada com este contrato.

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

5.1.9.1.1 A autorização a que se refere o subitem precedente não exime da **CONTRATADA** sua responsabilidade pela escolha e inclusão de veículos de divulgação nos planejamentos de mídia por ela apresentados, para as ações publicitárias a serem executadas durante a vigência deste contrato.

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

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

5.1.10 Apresentar à **CONTRATANTE**, para autorização do plano de mídia de cada ação ou campanha publicitária, relação dos meios, praças e veículos de divulgação dos quais será possível e dos quais se revela impossível obter o relatório de checagem de veiculação, a cargo de empresa independente, para fins do disposto no subitem 11.5, e a(s) justificativa(s) que demonstre(m) tal impossibilidade, com o fim de atender ao disposto no art. 15 da Lei nº 12.232/2010.

5.1.11 Apresentar à **CONTRATANTE**, como alternativa ao subitem 5.1.10, estudo prévio sobre os meios, praças e veículos de divulgação dos quais será possível e dos quais se revela impossível obter o relatório de checagem de veiculação, a cargo de empresa independente, para fins do disposto no subitem 11.5, e a(s) justificativa(s) que demonstre(m) tal impossibilidade, com o fim de atender ao disposto no art. 15 da Lei nº 12.232/2010.

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

5.1.11.1.1 O resultado da negociação global entre as partes prevista no subitem 5.1.11.1 vigerá para os planos de mídia que vierem a ser aprovados em até 12 (doze) meses da data de assinatura deste contrato.

5.1.11.1.2 Ao final do período de 12 (doze) meses, a **CONTRATADA** apresentará novo estudo, que vigorará durante os 12 (doze) meses seguintes e assim sucessivamente.

5.1.11.1.3 Se fato superveniente alterar significativamente as análises e conclusões do estudo mencionado no subitem 5.1.11, a **CONTRATANTE** poderá solicitar novo estudo à **CONTRATADA** e, em decorrência, poderá promover nova negociação global e determinar seu novo período de vigência.

5.1.12 Encaminhar, sempre que solicitado pela **CONTRATANTE**, sem ônus para esta, cópia de peças produzidas, desde que não seja para uso em veiculação em mídia paga, nos seguintes formatos:

a) TV e Cinema: cópias em XDCAN, pen drive ou arquivos digitais;

b) Internet: arquivos digitais;

c) Rádio: arquivos digitais; e

d) Mídia impressa e material publicitário: arquivos digitais em alta resolução, abertos ou finalizados.

5.1.12.1 As peças poderão ser agrupadas em um mesmo pen drive caso atenda à solicitação da **CONTRATANTE**.

5.1.13 Manter, durante o período de, no mínimo, 05 (cinco) anos, após a extinção deste contrato, acervo comprobatório da totalidade dos serviços prestados, compreendendo as peças e os materiais produzidos, com informações relativas aos prazos de cessão dos direitos autorais vinculados, se for o caso, independentemente do disposto nos subitens 5.1.12..

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

5.1.15 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 de bens e de serviços especializados e com veículos de divulgação, bem como os honorários da **CONTRATADA** pelos serviços realizados até a data dessas ocorrências, desde que não causadas pela própria **CONTRATADA** ou pelos fornecedores e veículos por ela contratados.

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

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

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

5.1.19 Manter, durante a execução deste contrato, todas as condições de habilitação e qualificação, exigidas na concorrência que deu origem a este instrumento, incluída a certificação de qualificação técnica de funcionamento de que trata o § 1º do art. 4º da Lei nº 12.232/2010.

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

5.1.21 Cumprir a legislação trabalhista e securitária com relação a seus empregados e, quando for o caso, com relação aos empregados de fornecedores de bens e de serviços especializados contratados.

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

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

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

5.1.25 Executar todos os contratos, tácitos ou expressos, firmados com fornecedores de bens e de serviços especializados e com veículos de divulgação, bem como responder por todos os efeitos desses contratos, perante seus signatários e a própria **CONTRATANTE**.

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

5.1.26.1 A infração a esse dispositivo poderá implicar a rescisão deste contrato e sujeitará a **CONTRATADA** às penas da Lei nº 9.279/1996, e às indenizações das perdas e danos previstos na legislação ordinária.

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

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

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

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

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

5.1.31 Adotar, na execução dos serviços, boas práticas de sustentabilidade ambiental, de otimização de recursos, de redução de desperdícios e de redução da poluição, conforme disposto no art. 5º da Lei nº 14.133/2021.

CLÁUSULA SEXTA - OBRIGAÇÕES DA CONTRATANTE

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

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

b) fornecer e colocar à disposição da **CONTRATADA** todos os elementos e informações que se fizerem necessários à execução dos serviços;

c) proporcionar condições para a boa execução dos serviços;

d) verificar o cumprimento das cláusulas contratuais relativas aos honorários devidos à **CONTRATADA** e às condições de contratação de fornecedores de bens e de serviços especializados, pela **CONTRATADA**;

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.

g) efetuar os pagamentos à **CONTRATADA** nas condições e preços pactuados.

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

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

CLÁUSULA SÉTIMA - FISCALIZAÇÃO E ACEITAÇÃO

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

7.1.1 Será nomeado gestor e fiscal, titular e substituto, para acompanhar e fiscalizar a execução deste contrato 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.

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

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

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

7.5 A autorização, pela **CONTRATANTE**, dos planos de mídia e dos serviços executados pela **CONTRATADA** ou por seus fornecedores de bens e de serviços especializados não a desobrigará de sua responsabilidade quanto à perfeita execução técnica e comprovação das veiculações e dos serviços.

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

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

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

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

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

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

7.10.2 Cópia do instrumento de avaliação de desempenho será encaminhada ao gestor ou fiscal deste contrato e ficará à disposição dos órgãos de controle interno e externo.

CLÁUSULA OITAVA - REMUNERAÇÃO

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

8.1.1 Desconto de .....% (.....por cento) sobre os custos internos dos serviços executados pela CONTRATADA, baseados na tabela referencial de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Goiás.

8.1.1.1 A CONTRATADA se compromete a apresentar, antes do início dos serviços, planilha detalhada com os valores previstos na tabela referencial de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Goiás e com os preços correspondentes a serem cobrados da CONTRATANTE, conforme previsto no subitem 8.1.1, acompanhada de exemplar da referida tabela impressa pelo Sindicato ou autenticada por ele.

8.1.1.2 Os *leiautes*, roteiros e similares reprovados não serão cobrados pela **CONTRATADA**.

8.1.2 Honorários de .....% (..... por cento), incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da licitante, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material cuja distribuição proporcione ou não o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do artigo 11 da Lei Federal nº 4.680/1965:

8.1.3 Honorários de .....% (..... por cento), incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da **CONTRATADA**, referentes:

I) ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes ao objeto do presente contrato, exceto pesquisas de pré-testes;

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

III) à reimpressão de peças publicitárias.

8.1.3.1 Para fins do disposto no inciso III do subitem anterior, entende-se por reimpressão a nova tiragem de peça publicitária que não apresente modificações no conteúdo ou na apresentação, em relação à edição anterior, exceto eventuais correções tipográficas ou pequenas atualizações de marcas e datas.

8.1.4 Honorários de .....% (..... por cento), incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da **CONTRATADA,** referentes à criação, à implementação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, destinadas a expandir os efeitos das mensagens e das ações publicitárias, em consonância com novas tecnologias, cuja distribuição **não lhe proporcione** o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965.

8.2 Os honorários de que tratam os subitens 8.1.2, 8.1.3 e 8.1.4 serão calculados sobre o preço efetivamente faturado, a ele não acrescido o valor dos tributos cujo recolhimento seja de competência da **CONTRATADA**.

8.3 Despesas com deslocamento e diárias de profissionais da **CONTRATADA**, de seus representantes ou de fornecedores de bens e de serviços especializados por ela contratados são de sua exclusiva responsabilidade.

8.3.1 Quando houver a autorização excepcional da **CONTRATANTE** para o ressarcimento dessas despesas, deverão ser apresentados todos os comprovantes de passagens, diárias, locação de veículos, entre outros, a fim de aferir a execução e assegurar o reembolso pelo valor líquido, sem a incidência de honorários.

8.4 As formas de remuneração estabelecidas nesta cláusula poderão ser renegociadas, no interesse da **CONTRATANTE**, quando da renovação ou da prorrogação deste contrato.

CLÁUSULA NONA - DESCONTO DE AGÊNCIA

9.1 Além da remuneração prevista na Cláusula Oitava, a **CONTRATADA** fará jus ao desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, em conformidade com o art. 11 da Lei nº 4.680/1965 e com o art. 7º do Regulamento para Execução da Lei nº 4.680/1965, aprovado pelo Decreto nº 57.690/1966.

9.1.1 O desconto de que trata o subitem precedente é concedido à **CONTRATADA** pela concepção, execução e distribuição de publicidade, por ordem e conta da **CONTRATANTE**, nos termos do art. 19 da Lei nº 12.232/2010, no percentual de 20% (vinte por cento) sobre o valor negociado da veiculação.

9.1.2 Nas veiculações realizadas no exterior, a **CONTRATADA** apresentará, juntamente com as tabelas de preços dos veículos programados, declaração expressa desses veículos nas quais seja explicitada sua política de preços no que diz respeito à remuneração da agência.

9.1.2.1 Quando a política de preços for similar à praticada no Brasil, a **CONTRATADA** fará jus ao desconto de agência a ser concedido pelos veículos de divulgação à base do percentual bruto praticado em cada país, que incidirá sobre os preços de tabela ou dos preços acertados para veiculação, prevalecendo sempre o menor dos dois.

CLÁUSULA DÉCIMA - DIREITOS AUTORAIS

10.1 Os direitos patrimoniais do autor das ideias, campanhas, peças e materiais publicitários concebidos pela **CONTRATADA**, por meio de seus empregados ou prepostos, em decorrência deste contrato passam a ser integralmente da **CONTRATANTE**, bem como os estudos, análises e planos vinculados a essas atividades.

10.1.1 A remuneração dos direitos patrimoniais mencionados no subitem precedente é considerada incluída nas modalidades de remuneração definidas nas Cláusulas Oitava e Nona deste contrato.

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

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

10.1.3.1 Caberá a esses órgãos ou entidades, diretamente ou por intermédio da agência de propaganda com que mantenham contrato, quando couber, efetuar o acordo comercial com os eventuais detentores dos direitos de autor e conexos relacionados com a produção externa das peças a serem reutilizadas.

10.2 Com vistas às contratações relacionadas a bens e serviços especializados que envolvam direitos de autor e conexos, nos termos da Lei nº 9.610/1998, a **CONTRATADA** solicitará, dos fornecedores, orçamentos que prevejam a cessão dos respectivos direitos patrimoniais pelo prazo definido pela **CONTRATANTE**.

10.2.1 A **CONTRATADA** utilizará os trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos de autor e conexos dentro dos limites estipulados no respectivo ato de cessão e condicionará a contratação ao estabelecimento, no ato de cessão, orçamento ou contrato, de cláusulas em que o fornecedor dos bens e dos serviços especializados garanta a cessão pelo prazo definido pela **CONTRATANTE**, em cada caso, e se declare ciente e de acordo com as condições estabelecidas nos subitens 10.2.1.1 e 10.2.2.

10.2.1.1 Na reutilização de peças por período igual ao inicialmente ajustado, o percentual a ser pago pela **CONTRATANTE** em relação ao valor original dos direitos patrimoniais de autor e conexos será de no máximo 50% (cinquenta por cento). Para a reutilização por períodos inferiores, o percentual máximo será obtido pela regra de três simples.

10.2.1.1.1 O valor inicialmente contratado poderá ser reajustado tendo como parâmetros básicos os preços vigentes no mercado, aplicando-se, em tal caso, no máximo, a variação do Índice de Preços ao Consumidor Amplo (IPCA) divulgado pelo IBGE, ocorrida no período, ou por outro índice que o venha a substituir, desde que decorrido pelo menos um ano da cessão original dos direitos.

10.2.2 Na reutilização de peças por período igual ao inicialmente ajustado, o percentual em relação ao valor original da cessão de uso de obras consagradas incorporadas a essas peças, a ser pago pela **CONTRATANTE** aos detentores dos direitos patrimoniais de autor e conexos dessas obras, será de no máximo 50% (cinquenta por cento). Para a reutilização por períodos inferiores, o percentual máximo será obtido pela regra de três simples.

10.2.2.1 O valor inicialmente contratado poderá ser reajustado tendo como parâmetros básicos os preços vigentes no mercado, aplicando-se, em tal caso, no máximo, a variação do Índice Geral de Preços de Mercado (IGP-M) da Fundação Getúlio Vargas, ocorrida no período, ou por outro índice que o venha a substituir, desde que decorrido pelo menos um ano da cessão original dos direitos.

10.2.3 Quando da reutilização de quaisquer peças publicitárias, conforme previsto nos subitens 10.2.1.1 e 10.2.2, o valor a ser pago pela **CONTRATANTE** será negociado caso a caso, tendo como

parâmetros básicos a qualidade e os preços praticados no mercado, obedecidos os percentuais máximos definidos neste contrato.

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

10.4 A **CONTRATADA** se obriga a fazer constar, em destaque, os preços dos cachês, os de cessão de direito de uso de obra(s) consagrada(s), incorporada(s) à peça e os de cessão dos demais direitos patrimoniais de autor e conexos, nos orçamentos de produção aprovados pela **CONTRATANTE**, após os procedimentos previstos no subitem 5.1.7.

10.5 A **CONTRATADA** se obriga a fazer constar dos respectivos ajustes que vier a celebrar com fornecedores de bens e de serviços especializados, nos casos de tomadas de imagens que não impliquem direitos de imagem e som de voz, cláusulas escritas estabelecendo:

I - a cessão dos direitos patrimoniais do autor desse material à **CONTRATANTE**, que poderá, a seu juízo, utilizar referidos direitos, diretamente ou por intermédio de terceiros, durante o prazo de 05 (cinco) anos, contados da data do pagamento do bem ou do serviço especializado, pela **CONTRATADA** ao fornecedor, sem que caiba à **CONTRATANTE** qualquer ônus adicional perante os cedentes desses direitos;

II - que, em decorrência da cessão prevista no inciso anterior, a **CONTRATANTE** poderá solicitar cópia de imagens contidas no material bruto produzido, em mídia compatível com seu uso e destinação, por intermédio da **CONTRATADA** ou de outra empresa com que venha a manter contrato para prestação de serviços;

III - que qualquer remuneração devida em decorrência da cessão referida nos incisos anteriores será considerada como já incluída no custo de produção.

10.5.1 Se a **CONTRATANTE** pretender utilizar imagens que impliquem direitos de imagem e som de voz, constantes da cópia mencionada no inciso II do subitem 10.5, adotará as medidas cabíveis para a remuneração dos detentores desses direitos, nos termos da legislação.

10.6 A **CONTRATANTE** poderá aproveitar, para veiculação, peças produzidas para outros órgãos e entidades do Poder Executivo Municipal. Nesses casos, quando couber, a **CONTRATADA** ficará responsável pelo acordo comercial com os eventuais detentores dos direitos patrimoniais de autor e conexos das peças e o submeterá previamente à **CONTRATANTE**.

CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA - LIQUIDAÇÃO E PAGAMENTO DE DESPESAS

11.1 Para a liquidação e pagamento de despesas referentes a bens e serviços especializados, previamente autorizados pela **CONTRATANTE**, a **CONTRATADA** deverá apresentar:

I - a correspondente nota fiscal que será emitida sem rasura, em letra legível, em nome da **CONTRATANTE**, CNPJ/MF nº XX.XXX.XXX/XXXX-XX, da qual constará o número deste contrato e as informações para crédito em conta corrente: nome e número do Banco, nome e número da Agência e número da conta;

II - a primeira via do documento fiscal do fornecedor de bens e de serviços especializados ou do veículo de divulgação, que será emitido em nome da **CONTRATANTE;**

III - os documentos de comprovação da veiculação, da execução dos serviços e, quando for o caso, da sua entrega.

11.1.1 Os documentos de cobrança e demais informações necessárias à comprovação da execução e entrega dos serviços para a liquidação e pagamento de despesas deverão ser encaminhados pela **CONTRATADA** à **CONTRATANTE**.

11.1.2 O gestor ou fiscal deste contrato somente atestará os documentos para pagamento quando cumpridas pela **CONTRATADA** todas as condições pactuadas.

11.1.3 As notas fiscais emitidas pela **CONTRATADA** devem ter em seu verso a seguinte declaração, assinada por funcionário da agência responsável pela documentação:

"Atestamos que todos os bens e serviços especializados descritos no presente documento, prestados por fornecedores ou por veículos de divulgação, foram entregues/realizados conforme autorizados pela Secretaria de Comunicação da Prefeitura de Quirinópolis, sendo observados ainda os procedimentos previstos no contrato quanto à regularidade de contratação e de comprovação de execução."

11.2 A liquidação de despesas será precedida das seguintes providências a cargo da **CONTRATADA**:

I – execução de serviços internos: apresentação dos documentos de cobrança de que tratam os incisos I e III do subitem 11.1;

II - intermediação e supervisão, pela **CONTRATADA**, de bens e de serviços especializados prestados por fornecedores: apresentação dos documentos de cobrança de que tratam os incisos I, II e III do subitem 11.1;

III - bens e serviços especializados prestados por fornecedores: apresentação dos documentos de cobrança de que tratam os incisos I, II e III do subitem 11.1;

IV - veiculação: apresentação dos documentos de cobrança de que tratam os incisos I, II e III do subitem 11.1, da demonstração do valor devido ao veículo de divulgação, dos correspondentes pedidos de inserção e, sempre que possível, do respectivo relatório de checagem, a cargo de empresa independente, nos termos do inciso III do subitem 11.5.

11.2.1 Na ocorrência de falha local em uma programação de mídia eletrônica, além das providências previstas no inciso III do subitem anterior, a **CONTRATADA** deverá apresentar documento do veículo de divulgação com a descrição da falha e do respectivo valor a ser abatido na liquidação.

11.2.2 É da responsabilidade da **CONRATADA** observar rigorosamente os preços de tabela de cada inserção e dos respectivos descontos, de que trata o art. 15 da Lei nº 12.232/2010, por ocasião da apresentação dos planos de mídia à **CONTRATANTE**.

11.2.2.3 Para pagamento das despesas com veiculação, constarão dos procedimentos de execução do contrato os documentos fiscais apresentados pela contratada, a demonstração do valor devido ao veículo, a sua tabela de preços, a indicação dos descontos negociados, os pedidos de inserção e, sempre que possível, relatório de checagem a cargo de empresa independente, nos termos do art. 15 da Lei nº 12.232, de 2010.

11.3 O pagamento das despesas será feito, em até 30 (trinta) dias após a apresentação dos documentos previstos nos subitens 11.1 e 11.2.

11.4 No tocante à veiculação, além do previsto no inciso III do subitem 11.2, a **CONTRATADA** fica obrigada a apresentar, sem ônus para a **CONTRATANTE**, os seguintes comprovantes:

I - Revista: exemplar original;

II - Jornal: exemplar ou a página com o anúncio, da qual devem constar as informações sobre período ou data de circulação, nome do Jornal e praça;

III - demais meios: relatório de checagem de veiculação, a cargo de empresa independente, se não restar demonstrada, nos termos dos subitens 5.1.10 ou 5.1.11, perante a **CONTRATANTE**, a impossibilidade de fazê-lo.

11.5.1 Nos casos em que restar demonstrada, nos termos dos subitens 5.1.10 ou 5.1.11, a impossibilidade de obter o relatório de checagem, a cargo de empresa independente, a **CONTRATADA** deverá apresentar:

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

a1) como alternativa ao procedimento previsto na alínea 'a', a **CONTRATADA** poderá apresentar documento usualmente emitido pelo veículo de divulgação (mapa ou comprovante de veiculação ou inserção ou irradiação e similares) em que figure a declaração prevista na alínea 'a' deste subitem, na frente ou no verso desse documento, mediante impressão eletrônica ou a carimbo, desde que essa declaração seja assinada e que esse documento 'composto' contenha todas as informações previstas na alínea 'a' deste subitem;

a2) como alternativa ao conjunto de documentos previstos nas alíneas 'a' e 'a1' deste subitem, a **CONTRATADA** poderá apresentar declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, emitida pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração, local, data, nome do programa, quando for o caso, dia e horário da veiculação;

b) Mídia Exterior:

b1) Mídia *Out Off Home*: relatório de exibição fornecido pela empresa que veiculou a peça, de que devem constar as fotos, período de veiculação, local e nome da campanha, datado e assinado, acompanhado de declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração;

b2) Mídia *Digital Out Off Home*: relatório de exibição, fornecido pela empresa que veiculou a peça, ou por empresa de checagem contratada, de que devem constar fotos

por amostragem de no mínimo 20% (vinte por cento) dos monitores/displays programados, identificação do local da veiculação, quantidade de inserções, nome da campanha, período de veiculação, datado e assinado, acompanhado de declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração;

b3) Carro de Som: relatório de veiculação fornecido pela empresa que veiculou a peça, com relatório de GPS e fotos de todos os carros contratados, com imagem de fundo que comprove a cidade em que a ação foi realizada, acompanhado de declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração;

b3.1) Além disso, deverá ser encaminhada filmagem de aproximadamente 01 (um) minuto, de pelo menos 30% (trinta por cento) do total de veículos de divulgação contratados. O vídeo deve conter imagens dos veículos de som, onde seja possível identificar nome da campanha, áudio da peça veiculada e local popular que comprove a cidade onde foi realizada a veiculação;

c) Internet: relatório de gerenciamento fornecido por empresas de tecnologia ou relatório de veiculação emitido, sob as penas do art. 299 do Código Penal, pela empresa que veiculou a peça, dependendo do que constar na relação/estudo citados nos subitens 5.1.10 ou 5.1.11.

11.5.2 As formas de comprovação de veiculação em mídias não previstas nas alíneas ‘a’, ‘b’ e ‘c’ do subitem 11.5.1 serão estabelecidas formalmente pela **CONTRATANTE**, antes da autorização do respectivo plano de mídia.

11.6 Antes da efetivação dos pagamentos será realizada a comprovação de regularidade da **CONTRATADA**, mediante apresentação do Certificado de Regularidade de Situação do Fundo de Garantia do Tempo de Serviço - FGTS, Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas – CNDT, Certidão Conjunta Negativa de Débitos Relativos a Tributos Federais e à Dívida Ativa da União, expedida por órgãos da Secretaria da Receita Federal do Brasil e da Procuradoria Geral da Fazenda Nacional e certidões negativas de débitos expedidas por órgãos das Secretarias de Fazenda do Estado, do Município Sede da CONTRATADA e do Município de Qurinópolis.

11.6.1 A CONTRATADA deverá apresentar a mesma documentação constante do item 11.6 de todas as empresas subcontratadas para prestação dos serviços.

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

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

11.8 No caso de eventual falta de pagamento pela **CONTRATANTE** nos prazos previstos, o valor devido será acrescido de encargos moratórios, mediante solicitação expressa da **CONTRATADA**, desde o dia de seu vencimento até a data de seu efetivo pagamento, com base na variação do IPCA – Índice de Preços ao Consumidor Amplo, mediante aplicação da seguinte fórmula:

AF = $[(1 + IPCA/100)^{N/30} – 1] x VP$, na qual:

➲ IPCA: Percentual atribuído ao Índice de Preços ao Consumidor Amplo, com vigência a partir da data do adimplemento da etapa;

➲ AF: Atualização financeira;

➲ VP: Valor da etapa a ser paga, igual ao principal mais o reajuste;

➲ N: Número de dias entre a data do adimplemento da etapa e a do efetivo pagamento.

11.8.1 Considera-se etapa, para fins do subitem 11.8, os serviços prestados pela **CONTRATADA** relativo aos bens e serviços especializados prestados por fornecedores e as contratações de espaços ou tempos publicitários, junto a veículos de divulgação.

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

11.9 A **CONTRATANTE** não pagará nenhum compromisso, assumido pela **CONTRATADA**, que lhe venha a ser cobrado diretamente por terceiros.

11.10 Cabe à **CONTRATADA** efetuar os pagamentos a fornecedores de bens e de serviços especializados e a veículos de divulgação em até 10 (dez) dias após o recebimento da ordem bancária da **CONTRATANTE**, pela agência bancária pagadora.

11.10.1 A **CONTRATADA** informará à **CONTRATANTE** os pagamentos efetuados a fornecedores de bens e de serviços especializados e a veículos de divulgação a cada ordem bancária de pagamento emitida pela **CONTRATANTE** e encaminhará relatório até o dia 20 dia de cada mês com a consolidação dos pagamentos efetuados no mês imediatamente anterior.

11.10.1.1 Os dados e formato dos controles serão definidos pela **CONTRATANTE**, e os relatórios deverão conter pelos menos as seguintes informações: data do pagamento da **CONTRATANTE**, data do pagamento da **CONTRATADA**, número da nota fiscal, valor pago e nome do favorecido.

11.10.2 O não cumprimento do disposto nos subitens 11.10 e 11.10.1 ou a falta de apresentação de justificativa plausível para o não pagamento no prazo estipulado poderá implicar a suspensão da liquidação das despesas da **CONTRATADA**, até que seja resolvida a pendência.

11.10.2.1 Não solucionada a pendência no prazo de 15 (quinze) dias, contados da notificação da **CONTRATANTE**, ficará caracterizada a inexecução contratual por parte da **CONTRATADA**.

11.10.2.2 Caracterizada a inexecução contratual pelos motivos expressos no subitem 11.10.2, a **CONTRATANTE**, nos termos da Cláusula Décima Quarta, poderá optar pela rescisão deste contrato ou, em caráter excepcional, liquidar despesas e efetuar os respectivos pagamentos diretamente aos fornecedores ou aos veículos de divulgação, conforme o caso.

11.10.2.3 Para preservar o direito dos fornecedores e veículos de divulgação em receber com regularidade pelos bens e serviços especializados prestados e pela venda de espaço ou tempo, a **CONTRATANTE** poderá instituir procedimento alternativo de controle para efetuar os pagamentos mediante repasse, pela **CONTRATADA**, dos valores correspondentes aos fornecedores e veículos de divulgação, em operações bancárias concomitantes.

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

11.11 A **CONTRATANTE**, na condição de fonte retentora, fará o desconto e o recolhimento dos tributos e contribuições a que esteja obrigado pela legislação vigente ou superveniente, referente aos pagamentos que efetuar.

CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA – GARANTIA DE EXECUÇÃO

12.1 A **CONTRATADA**, no prazo de 30 (trinta) dias, contados a partir da data de assinatura deste contrato, prestará garantia de cumprimento das obrigações contratuais, no valor de R$ 60.000,00 (sessenta mil reais), correspondente a 3% (três por cento) do valor do contrato, conforme disposto no contrato.

12.1.1 Esse prazo poderá ser prorrogado por igual período, a juízo da **CONTRATANTE**, à vista das justificativas que lhe forem apresentadas pela **CONTRATADA**.

12.1.2 A inobservância do prazo fixado para apresentação da garantia acarretará a aplicação de multa, nos termos do inciso III do subitem 13.5.1 da Cláusula Décima Terceira.

12.1.3 O atraso superior a 30 (trinta) dias corridos, após os prazos previstos nos subitens 12.1 e 12.1.1, autoriza a **CONTRATANTE** a promover a rescisão deste contrato por descumprimento ou cumprimento irregular de suas cláusulas, conforme dispõem o art. 115, §6º da Lei nº 14.133/2021, sem prejuízo de outras sanções previstas na Lei e neste contrato.

12.2 Caberá à **CONTRATADA** escolher uma das modalidades previstas no art. 96 da Lei nº 14.133/2021:

- ➲ caução em dinheiro ou títulos da dívida pública emitidos sob a forma escritural, mediante registro em sistema centralizado de liquidação e de custódia autorizado pelo Banco Central do Brasil, e avaliados por seus valores econômicos, conforme definido pelo Ministério da Economia;

- ➲ seguro-garantia;

- ➲ fiança bancária emitida por banco ou instituição financeira devidamente autorizada a operar no País pelo Banco Central do Brasil.

12.3 Em se tratando de garantia prestada por meio de caução em dinheiro, o depósito deverá ser feito obrigatoriamente na instituição financeira ....., , a qual será devolvida atualizada monetariamente, nos termos do art. 100 da Lei 14.133/2021.

12.4 Se a opção for pelo seguro-garantia:

a) a apólice indicará a **CONTRATANTE** como beneficiária e deve ser emitida por instituição autorizada pela Superintendência de Seguros Privados (SUSEP) a operar no mercado securitário, que não se encontre sob regime de direção fiscal, intervenção, liquidação extrajudicial ou fiscalização especial e que não esteja cumprindo penalidade de suspensão imposta pela autarquia;

c) seu prazo de validade deverá corresponder ao período de vigência deste contrato, acrescido de 90 (noventa) dias para apuração de eventual inadimplemento da **CONTRATADA** – ocorrido durante a vigência contratual – e para a comunicação da expectativa de sinistro ou do efetivo aviso de sinistro à instituição emitente, observados os prazos prescricionais pertinentes;

c) a apólice deve prever expressamente responsabilidade da seguradora por todas e quaisquer multas de caráter sancionatório aplicadas à **CONTRATADA**.

12.5 Se a opção for pela fiança bancária, o instrumento de fiança deve:

a) ser emitido por instituição financeira que esteja autorizada pelo Banco Central do Brasil a funcionar no Brasil e que não se encontre em processo de liquidação extrajudicial ou de intervenção da autarquia;

b) ter prazo de validade correspondente ao período de vigência deste contrato, acrescido de 90 (noventa) dias para apuração de eventual inadimplemento da **CONTRATADA** – ocorrido durante a vigência contratual – e para a comunicação do inadimplemento à instituição financeira, observados os prazos prescricionais pertinentes;

c) ter afirmação expressa do fiador de que, como devedor solidário, fará o pagamento à **CONTRATANTE**, independentemente de interpelação judicial, caso o afiançado não cumpra suas obrigações;

d) ter renúncia expressa do fiador ao benefício de ordem e aos direitos previstos nos arts. 827 e 838 do Código Civil Brasileiro.

12.6 Se a opção for pelo título da dívida pública, este deverá:

a) ter sido emitido sob a forma escritural, mediante registro em sistema centralizado de liquidação e de custódia autorizado pelo Banco Central do Brasil;

b) ser avaliado por seu valor econômico, conforme definido pelo Ministério da Fazenda.

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

I) prejuízos advindos do não cumprimento do objeto deste contrato e do não adimplemento das demais obrigações nele previstas;

II) prejuízos causados à **CONTRATANTE** ou a terceiro, decorrentes de culpa ou dolo durante a execução deste contrato;

III) multas moratórias e punitivas aplicadas pela **CONTRATANTE** à **CONTRATADA**; e

IV) obrigações trabalhistas, fiscais e previdenciárias de qualquer natureza, não adimplidas pela **CONTRATADA**.

12.7.1 A modalidade segura garantia somente será aceita se contemplar todos os eventos indicados no subitem 12.7.

12.8 Não serão aceitos seguro-garantia ou fiança bancária que contenham cláusulas contrárias aos interesses da **CONTRATANTE**.

12.9 Sem prejuízo das sanções previstas em lei e neste contrato, a não prestação da garantia exigida implicará sua imediata rescisão.

12.10 Se o valor da garantia vier a ser utilizado, total ou parcialmente, no pagamento de qualquer obrigação vinculada a este ajuste, incluída a indenização a terceiros, a **CONTRATADA** deverá proceder à respectiva reposição, no prazo máximo de 20 (vinte) dias úteis, contados da data do recebimento da notificação da **CONTRATANTE.**

12.11 Se houver acréscimo ao valor deste contrato, a **CONTRATADA** se obriga a fazer a complementação da garantia no prazo máximo 20 (vinte) dias úteis, contados da data do recebimento da notificação da **CONTRATANTE;**

12.12 Na hipótese de prorrogação deste contrato, a **CONTRATANTE** exigirá nova garantia, escolhida pela **CONTRATADA** entre as modalidades previstas na Lei nº 14.133/2021.

12.13 O documento de constituição da nova garantia deverá ser entregue à **CONTRATANTE** no prazo máximo de 20 (vinte) dias uteis, contados da data de assinatura do respectivo termo aditivo.

12.14 A garantia, ou seu saldo, será liberada ou restituída, a pedido da **CONTRATADA**, no prazo de 90 (noventa) dias após o término do prazo de vigência deste contrato, mediante certificação, por seu gestor ou fiscal, de que os serviços foram realizados a contento e desde tenham sido cumpridas todas as obrigações aqui assumidas.

12.14.1 Na restituição de garantia realizada em dinheiro, seu valor ou saldo será corrigido com base na variação do Índice Geral de Preços de Mercado (IGP-M) da Fundação Getúlio Vargas, ocorrida no período, ou por outro índice que o venha a substituir.

12.15 A qualquer tempo, mediante entendimento prévio com a **CONTRATANTE**, poderá ser admitida a substituição da garantia, observadas as modalidades previstas no subitem 12.2 deste contrato.

12.15.1 Aceita pela **CONTRATANTE**, substituição da garantia será registrada no processo administrativo por meio de apostilamento.

CLÁUSULA DÉCIMA TERCEIRA - SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

13.1. A CONTRATADA sujeitar-se-á às sanções administrativas previstas na Lei Federal nº. 14.133/2021, as quais poderão vir a ser aplicadas após o prévio e devido processo administrativo, seguindo o rito da Lei Municipal n.º 9.861/2016, resguardado o direito ao contraditório e a ampla defesa

13.2. A aplicação das sanções previstas em lei não exclui, em hipótese alguma, a obrigação de reparação integral do dano causado à administração pública municipal direta e indireta.

13.3. Serão aplicadas ao responsável pelas infrações administrativas as seguintes sanções, sem prejuízo das responsabilidades civil e criminal:
13.3.1. Advertência;
13.3.2. Multa;
13.3.3. Impedimento de licitar e contratar; e
13.3.4. Declaração de inidoneidade para licitar ou contratar.

13.4. Na aplicação das sanções serão considerados:
13.4.1. A natureza e a gravidade da infração cometida;
13.4.2. As peculiaridades do caso concreto;
13.4.3. As circunstâncias agravantes ou atenuantes;
13.4.4. Os danos que dela provierem para a Administração Pública; e
13.4.5. A situação econômico-financeira do acusado, em especial sua capacidade de geração de receitas e seu patrimônio, no caso de aplicação de multa

13.5. A advertência será aplicada nas seguintes hipóteses:
13.5.1. Descumprimento, de pequena relevância, de obrigação legal ou infração a lei, quando não se justificar aplicação de sanção mais grave;
13.5.2. Inexecução parcial de obrigação contratual principal ou acessória de pequena relevância, a critério da administração, quando não se justificar aplicação de sanção mais grave.
13.5.3. Considera-se pequena relevância o descumprimento de obrigações ou deveres instrumentais ou formais que não impactam objetivamente na execução do contrato e não causem prejuízos à administração

13.6. A sanção de impedimento de licitar e contratar no âmbito da Administração Pública direta e indireta do Município de Quirinópolis, pelo prazo máximo de 3 (três) anos será aplicada, quando não se justificar a imposição de outra mais grave, nos seguintes casos:
13.6.1. Inexecução parcial do contrato, que supere a gravidade daquela prevista no inciso I do art. 155 da Lei federal nº 14.133, de 2021, ou que cause grave dano à administração, ao funcionamento dos serviços públicos ou ao interesse coletivo;
13.6.2. Inexecução total do contrato nas hipóteses:
13.6.2.1. Recusa injustificada de cumprimento integral da obrigação contratualmente determinada;
13.6.3. Deixar de entregar a documentação exigida para o certame ou não entregar qualquer documento que tenha sido solicitado pelo(a) Agente de contratação(a) durante o certame;
13.6.4. Não manter a proposta, salvo em decorrência de fato superveniente devidamente justificado;
13.6.5. Não celebrar o contrato ou não entregar a documentação exigida para a contratação, quando convocado dentro do prazo de validade de sua proposta; ou
13.6.6. Ensejar o retardamento da execução ou da entrega do objeto da licitação sem motivo justificado;

13.7. A situação prevista no item 13.6.5 ensejará a imediata perda da garantia de proposta em favor do órgão ou entidade promotora da licitação, nos termos do § 5º do art. 90 da Lei Federal n.º 14.133/2021.

13.8. A sanção de declaração de inidoneidade para licitar ou contratar será aplicada àquele que:
13.8.1. Apresentar declaração ou documentação falsa exigida para o certame ou prestar declaração falsa durante a licitação ou a execução do contrato;
13.8.2. Fraudar a licitação ou praticar ato fraudulento na execução do contrato;
13.8.3. Comportar-se de modo inidôneo ou cometer fraude de qualquer natureza, em especial quando:
13.8.3.1. Agir em conluio ou em desconformidade com a lei;
13.8.3.2. Induzir deliberadamente a erro no julgamento;
13.8.3.3. Apresentar amostra falsificada ou deteriorada;
13.8.4. Praticar atos ilícitos com vistas a frustrar os objetivos da licitação; ou
13.8.5. Praticar ato lesivo previsto no art. 5º da Lei federal nº 12.846, de 1º de agosto de 2013

13.9. A multa será recolhida em percentual de 0,5% (cinco décimos por cento) a 30% (trinta por cento) incidente sobre o valor do contrato licitado, recolhida no prazo máximo de 10 (dez) dias úteis, a contar da comunicação oficial, conforme abaixo:
13.9.1. Para as infrações previstas nos itens 13.6.3, 13.6.4 e 13.6.5, a multa será de 0,5% (cinco décimos por cento) a 15% (quinze por cento) do valor do contrato licitado.

13.9.2. Para as infrações previstas nos itens 13.8.1, 13.8.2 e 13.8.3, a multa será de 15% (quinze por cento) a 30% (trinta por cento) do valor do contrato licitado.

13.10. As sanções de advertência, impedimento de licitar e contratar e declaração de inidoneidade para licitar ou contratar poderão ser aplicadas, cumulativamente ou não, à penalidade de multa.

13.11. Na aplicação da sanção de multa será facultada a defesa do interessado no prazo de 15 (quinze) dias úteis, contado da data de sua intimação.

13.12. Poderá ser aplicada ao responsável a sanção de declaração de inidoneidade para licitar ou contratar, em decorrência da prática das infrações dispostas nos itens 13.8.1, 13.8.2 e 13.8.3, bem como pelas infrações administrativas previstas nos itens 13.6.3, 13.6.4 e 13.6.5, que justifiquem a imposição de penalidade mais grave que a sanção de impedimento de licitar e contratar, cuja duração observará o prazo previsto no § 5º do art. 156 da Lei Federal n.º 14.133/2021.

13.13. A apuração de responsabilidades relacionadas às sanções de impedimento de licitar e contratar e de declaração de inidoneidade para licitar ou contratar demandará a instauração de processo de responsabilização a ser conduzido por comissão composta por 2 (dois) ou mais servidores estáveis, que avaliará fatos e circunstâncias conhecidos e intimará o licitante ou o adjudicatário para, no prazo de 15 (quinze) dias úteis, contado da data de sua intimação, apresentar defesa escrita e especificar as provas que pretenda produzir.

13.14. Caberá recurso no prazo de 15 (quinze) dias úteis da aplicação das sanções de advertência, multa e impedimento de licitar e contratar, contado da data da intimação, o qual será dirigido à autoridade que tiver proferido a decisão recorrida, que, se não a reconsiderar no prazo de 5 (cinco) dias úteis, encaminhará o recurso com sua motivação à autoridade superior, que deverá proferir sua decisão no prazo máximo de 20 (vinte) dias úteis, contado do recebimento dos autos.

13.15. Caberá a apresentação de pedido de reconsideração da aplicação da sanção de declaração de inidoneidade para licitar ou contratar no prazo de 15 (quinze) dias úteis, contado da data da intimação, e decidido no prazo máximo de 20 (vinte) dias úteis, contado do seu recebimento.

13.16. O recurso e o pedido de reconsideração terão efeito suspensivo do ato ou da decisão recorrida até que sobrevenha decisão final da autoridade competente.

13.17. A aplicação das sanções previstas neste Edital não exclui, em hipótese alguma, a obrigação de reparação integral dos danos causados.

13.18. Quaisquer penalidades aplicadas serão transcritas no Portal Nacional de Contratações Públicas (PNCP) Cadastro Nacional de Empresas Inidôneas e Suspensas - CEIS e no Cadastro Nacional de Empresas Punidas - CNEP, instituídos no âmbito do Poder Executivo federal.

13.19. Sem prejuízo das sanções previstas nos itens anteriores, a responsabilização administrativa e civil de pessoas jurídicas pela prática de atos contra a Administração Pública, nacional ou estrangeira, na participação da presente licitação e nos contratos ou vínculos derivados, também se dará na forma prevista na Lei Federal nº 12.846/2013.

CLÁUSULA DÉCIMA QUARTA – DA EXTINÇÃO/RESCISÃO

14.1. O contrato será extinto quando vencido o prazo nele estipulado, independentemente de terem sido cumpridas ou não as obrigações de ambas as partes contraentes.

14.2. O contrato poderá ser extinto antes do prazo nele fixado, sem ônus para o CONTRATANTE, quando este não dispuser de créditos orçamentários para sua continuidade ou quando entender que o contrato não mais lhe oferece vantagem.

14.3. A extinção prevista no item 14.2 ocorrerá na próxima data de aniversário do contrato, desde que haja a notificação do CONTRATADO pelo CONTRATANTE nesse sentido com pelo menos 2 (dois) meses de antecedência desse dia, nos termos do art. 106, inciso III, § 1º, da Lei 14.133/2021.

14.4. Caso a notificação da não-continuidade do contrato de que trata o item 14.3 ocorra com menos de 2 (dois) meses da data de aniversário, a extinção contratual ocorrerá após 2 (dois) meses da data da comunicação.

14.5. O contrato poderá ser extinto antes de cumpridas as obrigações nele estipuladas, ou antes do prazo nele fixado, por algum dos motivos previstos no artigo 137 da Lei nº 14.133, de 2021, bem como amigavelmente, assegurados o contraditório e a ampla defesa.

14.6. Na hipótese prevista no item 14.5, aplicam-se também os artigos 138 e 139 da mesma Lei.

14.7. O CONTRATANTE poderá ainda:

14.7.1. nos casos de obrigação de pagamento de multa pelo CONTRATADO, reter a garantia prestada a ser executada, conforme legislação que rege a matéria;

14.7.2. nos casos em que houver necessidade de ressarcimento de prejuízos causados à Administração, nos termos do inciso IV do art. 139 da Lei n.º 14.133, de 2021, reter os eventuais créditos existentes em favor do CONTRATADO decorrentes do contrato; e 14.7.3. nos casos em que houver necessidade de ressarcimento de prejuízos causados à Administração, reter créditos neste contrato para pagamento de contratos já extintos/finalizados.

CLÁUSULA DÉCIMA QUINTA - DISPOSIÇÕES GERAIS

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

15.2 É vedada a utilização, na execução dos serviços prestados pela **CONTRATADA**, de empregado que seja familiar de agente público ocupante de cargo em comissão ou função de confiança na **CONTRATANTE**.

15.3 A **CONTRATANTE** providenciará a publicação do extrato deste contrato e de seus eventuais termos aditivos no Diário Oficial do Município, à suas expensas, na forma prevista no parágrafo único do art. 89, §1º da Lei nº 14.133.

15.4 Constituem direitos e prerrogativas da **CONTRATANTE**, além dos previstos em outras leis, os constantes da Lei nº 14.133/2021, que a **CONTRATADA** aceita e a eles se submete.

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

15.6 As informações sobre a execução deste contrato, com os nomes dos fornecedores de bens e de serviços especializados e dos veículos de divulgação, serão publicadas no sítio da **CONTRATANTE** na internet.

15.6.1 As informações sobre valores pagos pelos bens e serviços especializados contratados serão divulgadas pelos totais destinados para cada tipo de fornecedor e para cada meio de comunicação.

CLÁUSULA DÉCIMA SEXTA - DA POLÍTICA ANTICORRUPÇÃO

16.1 As Partes declaram conhecer as normas de prevenção à corrupção previstas na legislação brasileira, dentre elas o Código Penal Brasileiro, a Lei de Improbidade Administrativa (Lei nº 8.429/1992) e a Lei nº 12.846/2013 (em conjunto, "Leis Anticorrupção") se comprometem a cumpri-las fielmente, por si e por seus sócios, administradores e colaboradores, bem como exigir o seu cumprimento pelos terceiros por ela contratados. No exercício dos direitos e obrigações previstos neste Contrato e no cumprimento de qualquer uma de suas disposições, ou ainda em relação a quaisquer outros negócios envolvendo o CONTRATANTE, a CONTRATADA se obriga a:

a) não dar, oferecer ou prometer qualquer bem de valor ou vantagem de qualquer natureza a agentes públicos ou a pessoas a eles relacionadas ou ainda quaisquer pessoas, empresas e/ou entidades privadas, com o objetivo de obter vantagem indevida, influenciar ato ou decisão ou direcionar negócios ilicitamente;

b) adotar as melhores práticas de monitoramento e verificação do cumprimento das Leis Anticorrupção, com o objetivo de prevenir atos de corrupção, fraude, práticas ilícitas ou lavagem de dinheiro por seus sócios, administradores e colaboradores ou terceiros por ela contratados.

16.1.1 A violação das Leis Anticorrupção e/ou da obrigação de monitoramento será considerada infração grave a este Contrato e consistirá justa causa para sua rescisão motivada, a critério do CONTRATANTE, sem qualquer ônus para este e sem prejuízo da cobrança das perdas e danos decorrentes da infração.

16.1.2 A CONTRATADA declara que nos últimos 05 (cinco) anos não sofreu nenhuma investigação, inquérito ou processo administrativo ou judicial relacionados ao descumprimento das Leis Anticorrupção ou de lavagem de dinheiro e que suas atividades estão em conformidade com as Leis Anticorrupção, obrigando-se a informar ao CONTRATANTE imediatamente caso seja iniciada qualquer investigação de suas atividades com base em quaisquer das Leis Anticorrupção.

16.2 A CONTRATADA se obriga, sob as penas previstas no CONTRATO e na legislação aplicável, a observar e cumprir rigorosamente todas as leis cabíveis, incluindo, mas não se limitando à legislação brasileira anticorrupção, a legislação brasileira contra a lavagem de dinheiro, assim como as normas e exigências constantes das políticas internas da CONTRATANTE.

16.3 A CONTRATADA declara e garante que não está envolvida ou irão se envolver, direta ou indiretamente, por meio de seus representantes, administradores, diretores, conselheiros, sócios ou acionistas, assessores, consultores, partes relacionadas, durante o cumprimento das obrigações previstas no Contrato, em qualquer atividade ou prática que constitua uma infração aos termos das leis anticorrupção.

16.4 A CONTRATADA declara e garante que não se encontra, assim como seus representantes, administradores, diretores, conselheiros, sócios ou acionistas, assessores, consultores, direta ou indiretamente:

a) sob investigação em virtude de denúncias de suborno e/ou corrupção;
b) no curso de um processo judicial e/ou administrativo ou foi condenada ou indiciada sob a acusação de corrupção ou suborno;
c) suspeitas de práticas de terrorismo e/ou lavagem de dinheiro por qualquer entidade governamental; e
d) sujeitas à restrições ou sanções econômicas e de negócios por qualquer entidade governamental.

16.5 A CONTRATADA declara que, direta ou indiretamente, não ofereceu, prometeu, pagou ou autorizou o pagamento em dinheiro, deu ou concordou em dar presentes ou qualquer objeto de valor e, durante a vigência do Contrato, não irá ofertar, prometer, pagar ou autorizar o pagamento em dinheiro, dar ou concordar em dar presentes ou qualquer objeto de valor a qualquer pessoa ou entidade, pública ou privada, com o objetivo de beneficiar ilicitamente a CONTRATANTE e/ou seus negócios.

16.6 A CONTRATADA declara que, direta ou indiretamente, não irá receber, transferir, manter, usar ou esconder recursos que decorram de qualquer atividade ilícita, bem como não irá contratar como empregado ou de alguma forma manter relacionamento profissional com pessoas físicas ou jurídicas envolvidas em atividades criminosas, em especial pessoas investigadas pelos delitos previstos nas leis anticorrupção, de lavagem de dinheiro, tráfico de drogas e terrorismo.

16.7 A CONTRATADA se obriga a notificar prontamente, por escrito, à CONTRATANTE a respeito de qualquer suspeita ou violação do disposto nas leis anticorrupção e/ou nesta Cláusula, e ainda de participação em práticas de suborno ou corrupção, assim como o descumprimento de qualquer declaração prevista nesta Cláusula.
16.8 A CONTRATADA declara e garante que:

a) o atual representante da CONTRATADA não é funcionário público ou empregado do governo;
b) informará por escrito, no prazo de 3 (três) dias úteis, qualquer nomeação de seus representantes como funcionários públicos ou empregados do governo.

16.8.1 A CONTRATANTE poderá, a seu exclusivo critério, rescindir o CONTRATO, caso a CONTRATADA realize referida nomeação nos termos da alínea “a” acima, sendo que, neste caso, não serão aplicáveis quaisquer multas ou penalidades à CONTRATANTE pela rescisão do CONTRATO, devendo a CONTRATADA responder por eventuais perdas e danos.

16.9 O não cumprimento pela CONTRATADA das leis anticorrupção e/ou do disposto nesta Cláusula será considerado uma infração grave ao CONTRATO e conferirá à CONTRATANTE o direito de, agindo de boa-fé, declarar rescindido imediatamente o CONTRATO, sem qualquer ônus ou penalidade, sendo a CONTRATADA responsável por eventuais perdas e danos.

16.10 A Contratante deverá observar os mais altos padrões éticos durante a execução do objeto, responsabilizando-se pela veracidade das informações e documentações apresentadas no processo, estando sujeito às sanções previstas na legislação brasileira.

CLÁUSULA DÉCIMA SÉTIMA – DO FORO

17.1 As questões decorrentes da execução deste contrato que não puderem ser dirimidas administrativamente serão processadas e julgadas no Juizo da Comarca de Quirinópolis - Goiás, sede da Contratante.

E, por estarem justos e acordados, assinam o presente contrato em 02 (duas) vias.

Quirinópolis, Goiás, aos 21 dias do mês de outubro de 2026.

_____

CLERISTON BORGES ARAÚJO
Gestor Municipal

Assinaturas Digitais (Certificado Digital)

Assinatura digital - Nome: CLERISTON BORGES ARAUJO e-CPF: 910.976.811-49 Usuário: cleriston.araujo Local: BR Data: 21/10/2026 15:28:04 IP: e-Assinatura: 4QBs$Z58teX - http://quirinopolis.centi.com.br/servicos/autenticacaorelatorios