



MUNICÍPIO DE MACAPÁ
SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO
SUBSECRETARIA DE COMPRAS E CONTRATAÇÕES

CONCORRÊNCIA Nº 023/2025

PREFEITURA MUNICIPAL DE MACAPÁ

OBJETO: Registro de Preços para Eventual e Futura contratação de serviços de publicidade por intermédio de 01 (uma) Agência de Propaganda, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e supervisão da execução externa e a distribuição de ações publicitárias junto a públicos de interesse, no âmbito da Administração Direta e Indireta do Poder Executivo Municipal de Macapá-AP.

VALOR TOTAL DA CONTRATAÇÃO

R\$ 10.000.000,00 (Dez milhões de reais)

DATA DA SESSÃO PÚBLICA

- INÍCIO DO ACOLHIMENTO DAS PROPOSTAS: AS 08h. DIA 22/09/2025.
- ABERTURA DAS PROPOSTAS: AS 09h30MIN. DIA 10/11/2025.

CRITÉRIO DE JULGAMENTO: Melhor Técnica

MODO DE DISPUTA: [fechado]

PREFERÊNCIA ME/EPP/EQUIPARADAS: Não



MUNICÍPIO DE MACAPÁ
SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO
SUBSECRETARIA DE COMPRAS E CONTRATAÇÕES

RECIBO DE RETIRADA DO EDITAL

CONCORRÊNCIA Nº 023/2025

PROCESSO ADMINISTRATIVO Nº 26.101.02.28/2025-SMCS/PMM

Retiramos o edital acima, que tem por objeto a contratação de agência de publicidade e propaganda para a prestação de serviços para a Prefeitura Municipal de Macapá, em conformidade com a Lei n. 14.133/2021 e com a Lei n.12.232/2010, que regulamenta o art. 37, XXI, da Constituição Federal de 1988 e demais normas e regulamentos correlatos.

RAZÃO SOCIAL: _____

CNPJ: _____

PESSOA P/ CONTATO: _____

ENDEREÇO: _____

CIDADE: _____ ESTADO: _____

TELEFONE: (____) _____

E-MAIL: _____

NOME COMPLETO: _____

(LOCAL), ____ de ____ de ____.

Assinatura

Senhor Licitante,

Visando comunicação futura entre a Comissão Permanente de Licitação e essa empresa, solicitamos o preenchimento deste recibo de retirada do edital de forma legível e remeter para o e-mail: cplpsegov@gmail.com

A não remessa do recibo exime a Comissão Permanente de licitações a comunicação de eventuais retificações ocorridas no instrumento convocatório, bem como de quaisquer informações adicionais.

André Luís de Lima Moraes
Pregoeiro/Agente de Contratação – Secretaria Municipal de Governo
Portaria nº 001/2025 –PMM



MUNICÍPIO DE MACAPÁ
SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO
SUBSECRETARIA DE COMPRAS E CONTRATAÇÕES

EDITAL DE LICITAÇÃO
CONCORRÊNCIA PRESENCIAL SRP Nº 023/2025
PROCESSO ADMINISTRATIVO Nº 26.101.02.28/2025-SMCS/PMM
TIPO DE LICITAÇÃO: MELHOR TÉCNICA

OBJETO: Registro de Preços para Eventual e Futura contratação de serviços de publicidade por intermédio de 01 (uma) Agência de Propaganda, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e supervisão da execução externa e a distribuição de ações publicitárias junto a públicos de interesse, no âmbito da Administração Direta e Indireta do Poder Executivo Municipal de Macapá-AP.

VALOR ESTIMADO DA CONTRATAÇÃO: R\$ 10.000.000,00 (dez milhões de reais)

DATA DA SESSÃO: dia 10 de novembro de 2025, às 09:30 horas (horário de Brasília)

LOCAL DE ABERTURA: <https://licitanet.com.br/>

Av. Fab, 840 - Centro, Macapá-AP CEP: 68900-073.

CRITÉRIO DE JULGAMENTO: Melhor Técnica, conforme art. 33, inciso III da Lei Federal nº 14.133/2021.

MODO DE DISPUTA: Fechado, conforme art. 56, § 2º da Lei Federal nº 14.133/2021.

PREFERÊNCIA ME / EPP / EQUIPARADAS: Não.

1. DISPOSIÇÕES INICIAIS

1.1 O Município de Macapá-AP, doravante denominado CONTRATANTE, por intermédio da Comissão Permanente de Licitação, designada pela portaria nº 001 de 07 de janeiro de 2025, torna público aos interessados que realizará **CONCORRÊNCIA**, do tipo **MELHOR TÉCNICA**, para contratação de serviços de publicidade e propaganda prestados por intermédio de agência de propaganda.

1.2 Os serviços serão realizados na forma de execução indireta, conforme autorização contida no Processo Administrativo nº 26.101.02.28/2025-SMCS/PMM, sob a égide da Lei nº 12.232/2010, mediante a aplicação, de forma complementar, das Leis nº 4.680/1965 e nº 14.133/2021, o Código de Ética dos Profissionais de Propaganda, instituído pelo I Congresso Brasileiro de Propaganda, realizado em 1957 e incorporado à mencionada Lei 4.680/1965, o Código de Autorregulamentação Publicitária de 1978, as Normas-Padrão da Atividade Publicitária, edição de março de 2004, sob orientação do Conselho Executivo de Normas Padrão (CENP), pela Lei 12.232 de 29 de abril de 2010.

1.3 Aplicam-se também a esta concorrência o Decreto nº 57.690/1966, o Decreto nº 4.563/2002, e as disposições deste Edital.

2. OBJETO

2.1 Constitui objeto da presente licitação o Registro de Preços para Eventual e Futura contratação de serviços de publicidade por intermédio de 01 (uma) Agência de Propaganda, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e supervisão da execução externa e a distribuição de ações publicitárias junto a públicos de interesse, no âmbito da Administração Direta e Indireta do Poder Executivo Municipal de Macapá-AP.



MUNICÍPIO DE MACAPÁ
SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO
SUBSECRETARIA DE COMPRAS E CONTRATAÇÕES

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

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

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

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

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

- a) gerar conhecimento sobre o mercado, o público-alvo e os meios para divulgação das peças ou campanhas publicitárias;
- b) aferir o desenvolvimento estratégico, a criação, a veiculação e a adequação das mensagens a serem divulgadas;
- c) possibilitar a mensuração e avaliação dos resultados das campanhas publicitárias, vedada a inclusão de matéria estranha ou sem pertinência temática com a ação de publicidade.

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

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

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

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

2.2.2 A agência atuará por ordem e conta do 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.

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

3. VALOR CONTRATUAL E RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS

3.1 O valor da contratação decorrente deste Edital está estimado em **R\$ 10.000.000,00 (dez milhões de reais)**, pelo período de 12 (doze) meses.

3.2 As despesas decorrentes da execução da presente licitação ocorrerão pelas dotações orçamentárias da SECRETARIA MUNICIPAL DE COMUNICAÇÃO SOCIAL – SMCS/PMM, para o exercício de 2025, devidamente



MUNICÍPIO DE MACAPÁ
SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO
SUBSECRETARIA DE COMPRAS E CONTRATAÇÕES

ajustadas nas dotações dos exercícios subsequentes.

3.3 Ao Município de Macapá/AP se reserva o direito de, a seu juízo, executar ou não a totalidade do valor contratual.

3.4 No interesse do CONTRATANTE, 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 Federal nº 14.133/2021.

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

4. CONDIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO

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

4.2 Não poderá participar desta concorrência a agência de propaganda:

- a) que estiver cumprindo suspensão temporária do direito de participar de licitação ou estiver impedida de contratar com o Município de Macapá-AP;
- b) cuja falência tenha sido decretada ou que estiver em concurso de credores, em processo de recuperação extrajudicial ou judicial, ou em processo de liquidação, dissolução, cisão, fusão ou incorporação;
- c) que tenha sido considerada inidônea, pela Administração Pública Federal, Estadual ou Municipal;
- d) estrangeira que não funcione no País;
- e) cujos sócios, controladores, dirigentes, administradores, gerentes ou empregados integrem a Subcomissão Técnica ou tenham qualquer vínculo profissional com o CONTRATANTE;
- f) que estejam reunidas em consórcio;
- g) que atuem sem fins lucrativos.

4.2.1 Para a análise das condições de participação das licitantes, também serão realizadas consultas ao Cadastro Nacional de Condenações Cíveis por Ato de Improbidade Administrativa (CADIN), em harmonia com o disposto no Art. 91, §4º da Lei 14.133/2021.

4.3 Nenhuma licitante poderá participar desta concorrência com mais de uma Proposta.

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

4.5 A licitante assume todos os custos de elaboração e apresentação das Propostas Técnica e de Preços e dos Documentos de Habilitação exigidos nesta concorrência, não sendo o CONTRATANTE, em nenhum caso, responsável por esses custos, independentemente da condução ou do resultado do presente processo licitatório.

5. RETIRADA DO EDITAL

5.1 Este Edital será fornecido pelo CONTRATANTE de forma gratuita, podendo ser retirado por meio dos sítios abaixo, observados os procedimentos ali previstos:

- I www.gov.br/pncp
- II <https://transparencia.macapa.ap.gov.br/>
- III <https://licitanet.com.br/>

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



MUNICÍPIO DE MACAPÁ
SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO
SUBSECRETARIA DE COMPRAS E CONTRATAÇÕES

6. ESCLARECIMENTO SOBRE O EDITAL

6.1 Esclarecimentos sobre esta concorrência serão prestados pela Comissão Permanente de Licitação, desde que os pedidos tenham sido recebidos em até 03 (três) dias úteis antes da data de abertura do certame, exclusivamente mediante solicitação por escrito, em uma das seguintes formas:

I - Por carta ou ofício: protocolizado no Prédio da Secretaria Municipal de Governo – SEGOV/PMM, situado em endereço Av. Fab, 840 - Centro, Macapá-AP CEP: 68900-073, de segunda a sexta-feira, das 08h00 às 12h00;

II - Pelo e-mail: cplpsegov@gmail.com do CONTRATANTE.

6.1.1 Os pedidos de esclarecimento serão respondidos pela Comissão Permanente de Licitação em até 03 (três) dias úteis.

6.1.2 Os pedidos de esclarecimentos serão respondidos exclusivamente mediante divulgação na internet, <https://transparencia.macapa.ap.gov.br/>, <https://licitanet.com.br/>, sem identificação da licitante consulente e de seu representante.

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

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

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

7. IMPUGNAÇÃO DO EDITAL

7.1 O pedido de impugnação, com a indicação de falhas ou irregularidades que viciaram o Edital, deverá ser protocolizado fisicamente no Prédio da Secretaria Municipal de Governo – SEGOV/PMM, de segunda a sexta-feira, das 08h00 às 12h00, no endereço: Av. Fab, 840 - Centro, Macapá-AP CEP: 68900-073.

7.2 A impugnação também poderá ser enviada para o e-mail: cplpsegov@gmail.com do CONTRATANTE, observados os prazos descritos no subitem 7.6.

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

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

7.5 Os pedidos de impugnação serão julgados e respondidos em até 3 (três) dias úteis, sem prejuízo da faculdade prevista no § 4º do art. 170, da Lei nº 14.133/2021.

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

I - O cidadão e/ou licitante que não se manifestar em até 06 (seis) dias úteis antes da data de abertura do certame;

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

8. CREDENCIAMENTO DE REPRESENTANTES

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

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



MUNICIPIO DE MACAPÁ
SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO
SUBSECRETARIA DE COMPRAS E CONTRATAÇÕES

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

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

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

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

8.4 Caso a licitante não deseje fazer-se representar nas sessões de recepção e abertura, deverá encaminhar as Propostas Técnica e de Preços por meio de portador. Nesse caso, o portador deverá efetuar a entrega dos invólucros diretamente à Comissão Permanente de Licitação.

9. RECEBIMENTO DAS PROPOSTAS E DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

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

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

I – Até o dia: 10/11/2025

II - Hora: às 09:30 horas no horário oficial de Brasília.

III - No Prédio da Secretaria Municipal de Governo – SEGOV/PMM Localizada na Av.: FAB, 840 - Centro, Macapá-AP CEP: 68900-073;

IV - Só serão aceitos envelopes através dos Correios ou outro meio, desde que entregues no Prédio da Secretaria Municipal de Governo – SEGOV/PMM, Localizada na Av.: FAB, 840 - Centro, Macapá-AP CEP: 68900-073, até a data e hora de abertura da sessão, definidas no preâmbulo deste Edital.

V - Quaisquer documentações dos 05 (cinco) invólucros distintos que forem disponibilizados pelo licitantes, no sistema <https://licitanet.com.br/>, que não tenham sido solicitada pelo Agente de Contratação serão desconsideradas.

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

9.3 Os invólucros com os Documentos de Habilitação serão recebidos e abertos em dia, local e horário a serem designados pela Comissão Permanente de Licitação.

9.4 Os horários mencionados neste Edital referem-se ao horário de Brasília.

9.5 Expirado o horário de entrega dos invólucros, nenhum outro documento será aceito pela comissão.

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

10. ENTREGA DA PROPOSTA TÉCNICA

10.1 A Proposta Técnica deverá ser entregue à Comissão Permanente de Licitação acondicionada nos Invólucros nº



MUNICÍPIO DE MACAPÁ
SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO
SUBSECRETARIA DE COMPRAS E CONTRATAÇÕES

1, nº 2 e nº 3.

Invólucro nº 1

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

10.1.1.1 Só será aceito o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada que estiver acondicionado no invólucro padronizado, **fornecido pela Comissão Permanente de Licitação**, a ser retirado, exclusivamente, pela agência que o solicitar formalmente no Setor de Licitação, no Prédio da Secretaria Municipal de Governo – SEGOV/PMM, situada no endereço Av. Fab, 840 - Centro, Macapá-AP CEP: 68900-073, de segunda a sexta-feira, das 08h00 às 12h00.

10.1.1.2 - Os invólucros mencionados no item 10.1.1.1, deverão ser retirados em até 05 (cinco) dias antes da data da abertura do certame.

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

Invólucro nº 2

10.1.2 No Invólucro nº 2 deverá estar acondicionado o Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada, de que trata o subitem 11.4 deste Edital.

10.1.2.1 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 023/2025 – Município de Macapá-AP

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

10.1.3 No Invólucro nº 3 deverão estar acondicionados a Capacidade de Atendimento, o Repertório e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, de que tratam os subitens 11.5, 11.7 e 11.9 deste Edital.

10.1.3.1 O 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 023/2025 – Município de Macapá-AP

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



MUNICÍPIO DE MACAPÁ
SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO
SUBSECRETARIA DE COMPRAS E CONTRATAÇÕES

abertura.

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

11. APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA

11.1 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	

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

11.1.2 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;

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

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

- a) em caderno único, orientação retrato e com espiral preto colocado à esquerda;
- b) capa e contracapa em papel A4, branco, entre 75 g/m² e 90 g/m²;
- c) conteúdo impresso em papel A4, branco, entre 75 g/m² e 90 g/m², orientação retrato, observado o disposto na alínea 'c2' do subitem 11.2.2 deste Edital;
- d) espaçamento de 2 cm, nas margens direita e esquerda, a partir da borda;
- 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, estilo 'normal', cor preta, tamanho de 12 pontos, observados os subitens 11.2.1, 11.2.2 e 11.2.3 deste Edital;
- i) numeração de todas as páginas, no centro inferior, pelo editor de textos, a partir da primeira página interna, em algarismos arábicos;
- j) sem identificação da licitante.

11.2.1 As especificações do subitem 11.2 não se aplicam às peças de que trata a alínea 'b' do subitem 11.3.3 e à indicação prevista no subitem 11.3.3.6 deste Edital.

11.2.2 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 dados e informações deverão ser editados na fonte Arial e tamanho de 10 pontos;



MUNICÍPIO DE MACAPÁ
SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO
SUBSECRETARIA DE COMPRAS E CONTRATAÇÕES

c) as páginas em que estiverem inseridos poderão ser:

I - Apresentadas em papel A3 dobrado. Nesse caso, para fins do limite previsto no subitem 11.2.6, cada folha de papel A3 será computada como 02 (duas) páginas de papel A4;

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

a) ser editados em cores;

b) ter fontes e tamanhos de fonte habitualmente utilizados nesses documentos;

c) ter qualquer tipo de formatação de margem;

d) ser apresentados em papel A3 dobrado.

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

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

11.2.4.1 Os exemplos de peças da ideia criativa, item, deverão ser apresentadas separadamente do caderno de textos, impressas em papel branco formato A4 branco, entre 75 g/m² e 90 g/m², e afixadas sobre papel duplex na cor preta com margem de quatro centímetros (4 cm), cabendo à licitante atentar para o disposto nas alíneas 'c' dos subitens 10.1.1.2 e

23.2.1 e no subitem 23.2.1.1 deste Edital.

11.2.5 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.

11.2.6 Os textos do Raciocínio Básico, da Estratégia de Comunicação Publicitária e da relação prevista na alínea 'a' do subitem 11.3.3 estão limitados, no conjunto, a 30 (trinta) páginas.

11.2.7 Os textos da Estratégia de Mídia e Não Mídia não têm limitação quanto ao número de páginas, mas cabe às licitantes atentarem especialmente para o disposto nas alíneas 'c' dos subitens 10.1.1.2 e 23.2.1 e no subitem 23.2.1.1 deste Edital.

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

11.2.9 Poderão ser utilizadas páginas isoladas com a finalidade de indicar o Plano de Comunicação Publicitária e seus subquestos. Essas páginas não serão computadas no limite de página previsto no subitem 11.2.6 e devem seguir as especificações do subitem 11.2, no que couber.

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

11.3.1 Subquesto 1 - Raciocínio Básico - apresentação em que a licitante descreverá:

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

b) diagnóstico relativo às necessidades de comunicação publicitária identificadas;

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

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

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

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

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



MUNICÍPIO DE MACAPÁ
SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO
SUBSECRETARIA DE COMPRAS E CONTRATAÇÕES

- 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 11.3.3.3 deste Edital.

11.3.3.1 A descrição mencionada na alínea 'a' do subitem 11.3.3 está circunscrita à especificação de cada peça publicitária, à explicitação de sua finalidade e suas funções táticas na campanha proposta.

11.3.3.2 Se a campanha proposta pela licitante previr número de peças publicitárias superior ao limite estabelecido no subitem 11.3.3.3, que podem ser apresentadas fisicamente como exemplos, a relação mencionada na alínea 'a' do subitem

11.3.3 deverá ser elaborada em dois blocos: um para as peças apresentadas como exemplos e outro para o restante.

11.3.3.3 Os exemplos de peças publicitárias de que trata a alínea 'b' do subitem 11.3.3 estão limitados a 10 (dez), independentemente do meio de divulgação, do seu tipo ou de sua característica, e poderão ser apresentados sob a forma de:

- a) roteiro, leiaute ou *storyboard* impressos, para qualquer meio;
- b) 'monstro' para o meio rádio;
- c) *storyboard* para os meios TV, cinema e internet;
- d) 'boneca' ou leiaute montado dos materiais de não mídia.

11.3.3.3.1 As peças gráficas poderão ser impressas em tamanho real ou reduzido, desde que não haja prejuízo em sua leitura, sem limitação de cores.

11.3.3.3.2 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.

11.3.3.3.3 Na elaboração do *storyboard* poderão ser inseridas fotos e imagens estáticas.

11.3.3.3.4 O 'monstro' deverá ser apresentado em *pen drive*, executável em sistema operacional *Windows*.

11.3.3.3.4.1 Nessa mídia de apresentação (*pen drive*) não poderá constar informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação da licitante, ou de qualquer CONTRATANTE, somente a marca do seu fabricante.

11.3.3.3.5. 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.

11.3.3.3.6 Para facilitar seu cotejo, pelos integrantes da Subcomissão Técnica, com a relação prevista na alínea 'a' do subitem 11.3.3 deste Edital, cada exemplo deverá trazer indicação do tipo de peça (exemplos: cartaz, filme TV, spot rádio, anúncio revista, *banner* internet).

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

- a) as reduções e variações de formato serão consideradas como novas peças;
- b) cada peça apresentada como parte de um *kit* será computada no referido limite;
- c) uma peça sequencial, para qualquer meio (a exemplo de anúncio para revista e jornal, *banner* de internet e painéis sequenciais de mídia exterior, tais como *outdoor*, envelopamento de veículo, adesivagem de *finger*, entre outros), será considerada 01 (uma) peça, se o conjunto transmitir mensagens única;
- d) um *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.

11.3.3.4.1 Na apresentação de proposta de *hotsite* a que se refere à alínea 'd' do subitem 11.3.3.4, não podem ser inseridos vídeos ou imagens em movimento.



MUNICÍPIO DE MACAPÁ
SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO
SUBSECRETARIA DE COMPRAS E CONTRATAÇÕES

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

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

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

III. plano de mídia: composto por planilhas 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 e demais informações que a licitante considerar relevantes;

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

11.3.4.2 O plano de mídia 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;
- 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;
- 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.

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

11.3.4.3 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) 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;
- c) deverão ser desconsiderados os honorários e custos internos sobre os bens e serviços especializados prestados por fornecedores.

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

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

I – ter a identificação da licitante;

II - ser datado;

III - estar assinado na última página e rubricado nas demais, por quem detenha poderes de representação da



MUNICÍPIO DE MACAPÁ
SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO
SUBSECRETARIA DE COMPRAS E CONTRATAÇÕES

licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

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

11.5.1 O caderno específico mencionado no subitem 11.5 não poderá apresentar informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, que possibilite a identificação da autoria deste, antes da abertura do Invólucro nº 2.

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

- a) 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 do 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 do CONTRATANTE, sem ônus adicionais, na vigência do contrato.

11.7 Quesito 3 - Repertório: a licitante deverá apresentar os documentos, as informações e as peças que constituem o quesito em caderno específico, orientação retrato, com ou sem uso de cores, em formato A4, 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.

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

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

11.8.1 A licitante deverá apresentar 08 (oito) peças publicitárias, independentemente do seu tipo ou característica e da forma de sua veiculação, exposição ou distribuição.

11.8.1.1 As peças publicitárias devem ter sido veiculadas, expostas ou distribuídas a partir de 1º de janeiro de 2010.

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

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

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

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

11.8.3 As peças publicitárias não podem referir-se a trabalhos solicitados ou aprovados pela Prefeitura de



MUNICÍPIO DE MACAPÁ
SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO
SUBSECRETARIA DE COMPRAS E CONTRATAÇÕES

Macapá, no âmbito de seus contratos com agência de propaganda.

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

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

11.10 A licitante deverá apresentar 2 (dois) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, cada um com o máximo de 2 (duas) páginas, em que serão descritas soluções publicitárias propostas pela licitante e implementadas por seus clientes, na superação de desafios de comunicação. Cada Relato:

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

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

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

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

11.10.1 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 11.10.

11.10.2 Os Relatos de que trata o subitem 11.10 devem ter sido implementados a partir de 1º de janeiro de 2010.

11.10.3 É permitida a inclusão de até 3 (três) peças publicitárias, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça, em cada Relato, observando-se as seguintes regras:

I - as peças eletrônicas deverão ser fornecidas em *pen drive*, executáveis no sistema operacional *Windows*, podendo integrar o caderno específico previsto no subitem 11.9 ou ser apresentadas soltas;

II - as peças gráficas poderão integrar o caderno específico previsto no subitem 11.9, em papel A4 ou A3 dobrado, ou ser apresentadas soltas, em qualquer formato, dobradas ou não. Em todos os casos, deverá ser preservada a capacidade de leitura das peças e indicadas suas dimensões originais;

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

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

12. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

12.1 A Subcomissão Técnica, prevista no item 20, analisará as Propostas Técnicas das licitantes quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Edital.

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

12.2.1 Quesito 1 - Plano de Comunicação Publicitária

12.2.1.1 Subquesito 1 - Raciocínio Básico

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

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

c) a assertividade demonstrada na análise do desafio de comunicação a ser superado pelo



MUNICÍPIO DE MACAPÁ
SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO
SUBSECRETARIA DE COMPRAS E CONTRATAÇÕES

CONTRATANTE e no entendimento dos objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing.

12.2.1.2 Subquesto 2 - Estratégia de Comunicação Publicitária

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

12.2.1.3 Subquesto 3 - Ideia Criativa

- a) o alinhamento da campanha com a Estratégia de Comunicação Publicitária;
- b) a pertinência da solução criativa com a natureza do CONTRATANTE, com o desafio e com os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing;
- c) a adequação das peças publicitárias ao perfil dos segmentos de público-alvo;
- d) a originalidade da solução criativa e a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;
- e) a clareza e precisão das mensagens e a adequação da linguagem com os públicos-alvo;
- f) a exequibilidade das peças e de todos os elementos propostos, com base na verba referencial para investimento.

12.2.1.4 Subquesto 4 - Estratégia de Mídia e Não Mídia

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

12.2.2 Quesito 2 - Capacidade de Atendimento

- a) o porte e a tradição dos clientes, como anunciantes publicitários, e o período de atendimento a cada um;
- b) a 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) a adequação da infraestrutura e das instalações que estarão à disposição do CONTRATANTE na execução do contrato;
- d) a funcionalidade do relacionamento operacional entre o CONTRATANTE e a licitante;
- e) a relevância e utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que a licitante colocará regularmente à disposição do CONTRATANTE.

12.2.3 Quesito 3 - Repertório

- a) a originalidade da solução criativa e sua adequação à natureza do cliente, ao público-alvo e ao desafio de comunicação;
- b) a clareza e precisão das mensagens e a adequação da linguagem às características dos meios e públicos-alvo;
- c) a qualidade da produção, da execução e do acabamento das peças.



MUNICÍPIO DE MACAPÁ
SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO
SUBSECRETARIA DE COMPRAS E CONTRATAÇÕES

12.2.4 Quesito 4 - Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

- a) a evidência de planejamento estratégico por parte da licitante na proposição da solução publicitária;
- b) a demonstração de que a solução publicitária contribuiu para o alcance dos objetivos de comunicação do cliente;
- c) a complexidade do desafio de comunicação apresentado no Relato e a relevância dos resultados obtidos;
- d) o encadeamento lógico da exposição do Relato pela licitante.

12.3 A pontuação da Proposta Técnica está limitada a 100 (cem) pontos e será apurada seguindo a metodologia distribuída entre os diversos tópicos de julgamento, da forma estabelecida nos Anexos X e XI deste edital.

12.3.1 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 12 deste Edital.

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

QUESITOS		PONTUAÇÃO MÁXIMA
Plano de Comunicação Publicitária		65
SUBQUESITOS	Raciocínio Básico	5
	Estratégia de Comunicação Publicitária	20
	Ideia Criativa	25
	Estratégia de Mídia e Não Mídia	15
Capacidade de Atendimento		15
Repertório		10
Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação		10
PONTUAÇÃO TOTAL		100

12.3.2.1 Se a licitante não observar as quantidades estabelecidas nos subitens 11.8.1 e 11.10 para apresentação do Repertório e dos Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, sua pontuação máxima, nesses quesitos, será proporcional às quantidades por ela apresentadas, sendo a proporcionalidade obtida mediante a aplicação de regra de três simples, em relação às respectivas pontuações máximas previstas no subitem 12.3.2 deste Edital.

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

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

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

12.3.5 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.

12.4 Serão consideradas mais bem classificadas, na fase de julgamento da Proposta Técnica, a licitante que



MUNICÍPIO DE MACAPÁ
SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO
SUBSECRETARIA DE COMPRAS E CONTRATAÇÕES

obtiver a maior pontuação, observado o disposto no subitem 12.5 deste Edital.

12.5 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 possibilite a identificação da autoria do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, antes da abertura do Invólucro nº 2;

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

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

12.5.1 Poderá ser desclassificada a Proposta Técnica que não atender às demais exigências do presente Edital, a depender da gravidade da ocorrência, observado o disposto no subitem 20.4 deste Edital.

12.6 Se houver empate que impossibilite a identificação automática da licitante 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.

12.7 Persistindo o empate, a decisão será feita por sorteio, a ser realizado na própria sessão prevista no subitem 23.3 ou em ato público marcado pela Comissão Permanente de Licitação, cuja data será divulgada na forma do item 21 e para o qual serão convidadas todas as licitantes.

13. ENTREGA DA PROPOSTA DE PREÇOS

Invólucro nº 4

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

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

Invólucro nº 4

Proposta de Preços

Nome empresarial e CNPJ da licitante

Concorrência nº 023/2025 - Município de Macapá-AP

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

14. APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇOS

14.1 A Proposta de Preços da licitante deverá ser elaborada de acordo com o Modelo de Proposta de Preços que constitui o Anexo 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.

14.2 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 30% (trinta por cento) ou superior a 60% (sessenta por cento), a ser concedido ao CONTRATANTE, sobre os custos internos dos serviços executados pela licitante, baseados na tabela referencial de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Pará, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;

b) percentual de honorários superior a 15% (quinze por cento) ou inferior a 10% (dez por cento), incidentes sobre os



MUNICÍPIO DE MACAPÁ
SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO
SUBSECRETARIA DE COMPRAS E CONTRATAÇÕES

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, nos termos do subitem 3.6.1 das Normas-Padrão do CENP;

c) percentual de honorários superior a 10% (dez por cento) ou inferior a 5% (cinco por cento), a serem cobrados do contratante, nos casos em que a sua responsabilidade se limitar exclusivamente à contratação ou pagamento do serviço ou suprimento, a serem calculados sobre o valor respectivo, nos termos do subitem 3.6.2 das Normas-Padrão do CENP;

d) percentual de honorários superior a 15% (dez por cento) ou inferior a 10% (dez 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 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.

14.3 O prazo de validade da Proposta de Preços deverá ser de 90 (noventa) dias corridos, contados de sua apresentação.

14.3.1 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 Permanente de Licitação realizará com ela diligência nos termos do §2º do art. 59 da Lei nº 14.133/2021, como forma de prorrogar o referido prazo.

14.3.1.1 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.

15. JULGAMENTO DA PROPOSTA DE PREÇOS

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

15.2 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.

15.3 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

14.2 deste Edital.

15.4 Caso a mesma proposta não apresente as condições estabelecidas no subitem 15.3, será considerada a Proposta de menor preço aquela que apresentar a menor soma dos percentuais de honorários referentes às alíneas 'b', 'c' e 'd'.

15.5 Se houver empate, será considerada como Proposta de menor preço a que apresentar, sucessivamente: I - o menor percentual de honorários mencionados na alínea 'b' do subitem 14.2;

II - o menor percentual de honorários mencionados na alínea 'd' do subitem

14.2; III - o maior percentual de desconto mencionado na alínea 'a' do subitem 14.2.

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

16. JULGAMENTO FINAL DAS PROPOSTAS TÉCNICAS E DE PREÇOS

16.1 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.



MUNICÍPIO DE MACAPÁ
SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO
SUBSECRETARIA DE COMPRAS E CONTRATAÇÕES

16.2 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 Permanente de Licitação 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.

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

17. ENTREGA DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

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

17.1.1 A licitante classificada que não apresentar os Documentos de Habilitação na referida sessão será alijada do certame, exceto diante da ocorrência de que trata o subitem 19.1.2 deste Edital.

Invólucro nº 5

17.1.2 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 023/2025 – Município de Macapá/AP

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

18. APRESENTAÇÃO DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

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

I - em via original; ou

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

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

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

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

18.2.1 Habilitação Jurídica

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

a1) os documentos mencionados na alínea 'a' deverão estar acompanhados de suas alterações ou da respectiva



MUNICÍPIO DE MACAPÁ
SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO
SUBSECRETARIA DE COMPRAS E CONTRATAÇÕES

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.

18.2.2 Regularidade Fiscal e Trabalhista

- a) a inscrição no Cadastro de Pessoas Físicas (CPF) ou no Cadastro Nacional da 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) a regularidade perante a Fazenda federal, estadual e/ou municipal do domicílio ou sede do licitante, ou outra equivalente, na forma do art. 68 da Lei nº 14.133/2021;
- d) Certidões Negativas de Débitos ou de não contribuinte expedidas por órgãos das Secretarias de Fazenda do Estado e do Município em que estiver localizada a sede da licitante;
- e) a regularidade relativa à Seguridade Social e ao FGTS, que demonstre cumprimento dos encargos sociais instituídos por lei;
- f) a regularidade perante a Justiça do Trabalho;

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

18.2.2.2 Serão aceitas certidões positivas com efeito de negativa.

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

18.2.3 Qualificação Técnica:

- a) declaração(ões), expedida(s) por pessoa(s) jurídica(s) de direito público ou privado, que ateste(m) que a licitante prestou à(s) declarante(s) serviços compatíveis com os do objeto desta concorrência, representados, no mínimo, pelas atividades descritas no subitem 2.1 deste Edital;
- b) certificado de qualificação técnica de funcionamento, emitido pelo Conselho Executivo das Normas-Padrão (CENP), entidade sem fins lucrativos, integrado e gerido por entidades nacionais que representam veículos, CONTRATANTES e agências, ou perante entidade equivalente, legalmente reconhecida como fiscalizadora e certificadora das condições técnicas de agências de propaganda (Lei n. 4.680/1965);
 - b1) o certificado de qualificação técnica de funcionamento emitido para a matriz da agência valerá para a filial;
 - b2) o documento obtido no site do CENP ou da entidade equivalente terá sua validade verificada pela Comissão Especial ou Permanente de Licitação.

18.2.4 Qualificação Econômico-financeira

- a) Certidão Negativa de falência, de concordata, de recuperação judicial ou extrajudicial (Lei nº 11.101/2005), expedida pelo distribuidor da sede da empresa, datado dos últimos 30 (trinta) dias, ou que esteja dentro do prazo de validade expresso na própria Certidão;
 - a.1) No caso de certidão positiva de recuperação judicial ou extrajudicial, o licitante deverá apresentar a comprovação de que o respectivo plano de recuperação foi acolhido judicialmente, na forma do art. 58, da Lei n.º 11.101, de 09 de fevereiro de 2005, sob pena de inabilitação, devendo, ainda, comprovar todos os demais



MUNICÍPIO DE MACAPÁ
SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO
SUBSECRETARIA DE COMPRAS E CONTRATAÇÕES

requisitos de habilitação.

b) balanço patrimonial e demonstrações contábeis dos 02 (dois) últimos exercícios sociais, conforme art. 69, inciso I, já exigíveis e apresentados na forma da lei, que comprove a boa situação financeira da licitante, vedada a sua substituição por balancetes ou balanços provisórios, podendo ser atualizados por índices oficiais quando encerrados há mais de 03 (três) meses da data de apresentação dos Documentos de Habilitação;

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

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

b3) O balanço patrimonial deverá estar registrado 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 do Município 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:

1) balanço patrimonial;

2) termo de abertura e encerramento;

3) recibo de entrega de Escrituração Contábil Digital.

b4) 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:

I - Balanço de abertura, no caso de sociedades sem movimentação;

II - Balanço intermediário, no caso de sociedades com movimentação.

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

c1) do balanço referido na alínea “b”, 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):

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



MUNICÍPIO DE MACAPÁ
SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO
SUBSECRETARIA DE COMPRAS E CONTRATAÇÕES

Ativo Total

SG = -----

Passivo Circulante + Exigível a Longo Prazo

Ativo Circulante

LC = -----

Passivo Circulante

c2) do balanço referido no subitem “b”, cujo Índice de Solvência, obtido conforme fórmula a seguir, terá de ser maior ou igual a um (> ou = a 1):

Ativo Total

S = -----

Passivo Exigível Total

c3) Os índices de que tratam as alíneas ‘c1’ e ‘c2’ 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.

c4) Caso a empresa licitante apresente resultado inferior ou igual a 1 (um) em qualquer dos índices de Liquidez Geral (LG), Solvência Geral (SG) e Liquidez Corrente (LC), será exigido para fins de habilitação patrimônio líquido mínimo, correspondente a 10% (dez por cento) do valor estimado da contratação.

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

18.4 Outras declarações

- a) ANEXO IV – MODELO DE DECLARAÇÃO DE PLENO CONHECIMENTO E ACEITAÇÃO DO EDITAL;
- b) ANEXO VI – MODELO DE DECLARAÇÃO QUANTO AO TRABALHO DO MENOR;
- c) ANEXO VII – TERMO DE DECLARAÇÃO DE MICROEMPRESA E EMPRESA DE PEQUENO PORTE;
- d) ANEXO VIII – MODELO DE DECLARAÇÃO DE ELABORAÇÃO INDEPENDENTE DE PROPOSTA;

19. ANÁLISE DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

19.1 A Comissão Permanente de Licitação analisará os Documentos de Habilitação das licitantes classificadas no julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços, desde que cumpridas as condições de participação estabelecidas no item 4, e julgará habilitadas as que atenderem integralmente aos requisitos de habilitação exigidos no item 18 deste Edital.

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

20. COMISSÃO PERMANENTE E SUBCOMISSÃO TÉCNICA

20.1 Esta concorrência será processada e julgada pela Comissão Permanente de Licitação, na forma do art. 10 do Decreto nº 6.555/2008, com exceção da análise e julgamento das Propostas Técnicas.

20.2 As Propostas Técnicas serão analisadas e julgadas por Subcomissão Técnica constituída por 3 (três) membros que sejam formados em Comunicação, Publicidade ou Marketing ou que tenham atuado em uma dessas áreas nos últimos quatro anos, sendo que, pelo menos, 1 (um) deles não poderá manter nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com a Prefeitura Municipal de Macapá/AP.



MUNICÍPIO DE MACAPÁ
SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO
SUBSECRETARIA DE COMPRAS E CONTRATAÇÕES

20.2.1.1 Para composição da relação prevista no subitem 20.3, a Comissão Permanente de Licitação deverá solicitar a comprovação dos requisitos de qualificação, dispostos no subitem 20.2, dos possíveis membros da Subcomissão Técnica.

20.3 A relação dos nomes referidos no subitem 20.2 será publicada no Diário Oficial do Município, em prazo não inferior a 10 (dez) dias da data em que será realizada a sessão pública marcada para o sorteio.

20.3.1 O sorteio será processado pela Comissão Permanente de Licitação, de modo a garantir o preenchimento das vagas da Subcomissão Técnica.

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

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

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

20.3.4.1 Será necessário publicar nova relação se o número de membros mantidos depois da impugnação for inferior aos mínimos exigidos nos subitens 20.2 deste Edital.

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

20.3.5 A sessão pública para o sorteio será realizada após a decisão motivada da impugnação, em data previamente designada, garantidos o cumprimento do prazo mínimo previsto no subitem 20.3.2 e a possibilidade de fiscalização do sorteio por qualquer interessado.

20.4 A Comissão Permanente de Licitação e a Subcomissão Técnica cuidarão para que a interpretação e aplicação das regras estabelecidas neste Edital busquem o atingimento das finalidades da licitação e, conforme o caso, poderão relevar aspectos puramente formais nos Documentos de Habilitação e nas Propostas das licitantes, desde que não comprometam a lisura e o caráter competitivo desta concorrência e contribuam para assegurar a contratação da proposta mais vantajosa, nos termos do art. 5º, *caput*, da Lei 14.133/2021.

20.4.1 A Comissão Permanente de Licitação e da Subcomissão Técnica assinarão Termo de Responsabilidade, que ficará nos autos do processo desta concorrência, observados os respectivos modelos:

TERMO DE RESPONSABILIDADE
COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO

1. Eu,, Matrícula nº, lotado no, Integrante da Comissão Permanente de Licitação responsável pelo processamento do presente processo licitatório - Concorrência nº/..... realizado pelo(a), para a contratação de agência(s) de propaganda, regido pela Lei nº 14.133/2021, comprometo-me a manter o sigilo e a confidencialidade com relação à qualquer informação relacionada ao presente certame, em especial aquelas vinculadas às etapas de Habilitação e de apresentação e julgamento das Propostas Técnicas e de Preços das licitantes, até a sua divulgação e/ou publicação na imprensa oficial.

2. Comprometo-me, ainda, nos termos da Lei nº 14.133/2021, a:

I – NÃO divulgar ou fazer uso de informações privilegiadas, em proveito próprio ou de terceiros, obtida em razão das atividades exercidas nesta;

II – NÃO exercer atividade que implique a prestação de serviços ou a manutenção de relação de negócio com pessoa física ou jurídica que tenha interesse na Concorrência em comento;

III – NÃO exercer, direta ou indiretamente, atividade que em razão da sua natureza seja incompatível com as atribuições do



MUNICÍPIO DE MACAPÁ
SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO
SUBSECRETARIA DE COMPRAS E CONTRATAÇÕES

Agente de Contratação e a Equipe de Apoio que agora ocupo;

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

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

VI – NÃO receber presente de quem tenha interesse em minha decisão e da Equipe de Apoio, fora dos limites e condições estabelecidos em regulamento; e

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

Data: ____ de ____ de ____

Assinatura Servidor

SUBCOMISSÃO TÉCNICA
ORIENTAÇÕES GERAIS

Esta concorrência para contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agência de propaganda é processada e julgada pela Comissão Permanente de Licitação, na forma do art. 10 do Decreto nº 6.555/2008, com exceção da análise e julgamento das Propostas Técnicas.

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

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

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

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

TERMO DE RESPONSABILIDADE
SUBCOMISSÃO TÉCNICA

1. Eu, _____, Matrícula nº _____, vinculada ao _____, integrante da Subcomissão Técnica responsável pelo julgamento técnico do presente processo de Concorrência realizado pelo(a) _____, para a contratação de agência(s) de propaganda, regido pela Lei nº 14.133/2021, comprometo-me a manter o sigilo e a confidencialidade, com relação às Propostas Técnicas apresentadas pelas licitantes participantes do presente certame e às informações relacionadas ao seu julgamento e pontuações atribuídas aos quesitos e subquesitos analisados.

2. Comprometo-me, ainda, nos termos da Lei nº 14.133/2021, a:

I – NÃO divulgar ou fazer uso de informações privilegiadas, em proveito próprio ou de terceiros, obtida em razão das atividades exercidas nesta Subcomissão Técnica;

II – NÃO exercer atividade que implique a prestação de serviços ou a manutenção de relação de negócio com pessoa física ou jurídica que tenha interesse na Concorrência em comento;

III – NÃO exercer, direta ou indiretamente, atividade que em razão da sua natureza seja incompatível com as atribuições da



MUNICÍPIO DE MACAPÁ
SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO
SUBSECRETARIA DE COMPRAS E CONTRATAÇÕES

Subcomissão Técnica que agora ocupo para a análise e julgamento das Propostas Técnicas da Concorrência em comento;

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

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

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

VII – NÃO prestar serviços, ainda que eventuais, a empresa de comunicação cuja atividade seja contratada pelo ente ao qual estou vinculado, ou responsável pela presente contratação; e

VIII – NÃO participar, direta ou indiretamente, das sessões públicas desta licitação, realizadas pela Comissão Especial ou Permanente de Licitação.

Data:

Assinatura

XXXXXXXXXXXXXXXXXX

20.4.1.1 A Comissão Permanente de Licitação e da Subcomissão Técnica serão responsabilizados, na forma da lei, por eventuais ações ou omissões que prejudiquem o curso do processo licitatório, nos termos do capítulo I do título IV da Lei nº 14.133/2021, no que couber.

21. DIVULGAÇÃO DOS ATOS LICITATÓRIOS

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

- a) nas sessões de recebimento e abertura de invólucros;
- b) por qualquer outro meio que permita a comprovação inequívoca do recebimento da comunicação pelas licitantes.

22. RECURSOS ADMINISTRATIVOS

22.1 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 Permanente de Licitação, protocolizada no Setor de Licitações, de segunda a sexta- feira, no horário de 08:00 h às 12:00 h ou através do e-mail: cplpsegov@gmail.com.

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

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

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

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



MUNICÍPIO DE MACAPÁ
SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO
SUBSECRETARIA DE COMPRAS E CONTRATAÇÕES

22.6 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 Permanente de Licitação, motivadamente e se houver interesse para o CONTRATANTE, atribuir efeito suspensivo aos recursos interpostos contra outras decisões.

23. PROCEDIMENTOS LICITATÓRIOS

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

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

23.1.2 Os 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.

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

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

23.1.5 Antes do aviso oficial do resultado desta concorrência, não serão fornecidas, a quem quer que seja, quaisquer informações referentes à análise, avaliação ou comparação entre as Propostas Técnica e de Preços ou à adjudicação do objeto da licitação à vencedora, cabendo a assinatura do Termo de Responsabilidade tanto pela Comissão Permanente de Licitação quanto pela Subcomissão Técnica, observado os modelos dispostos no subitem 20.4.1.

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

23.1.7 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.

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

Primeira Sessão

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

- a) identificar os representantes das licitantes, por meio do documento exigido no subitem 8.1 deste Edital;
- b) verificar o cumprimento das condições de participação, nos termos do item 4 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.

23.2.1 O Invólucro nº 1, com o Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada, só será recebido pela Comissão Permanente de Licitação 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.



MUNICÍPIO DE MACAPÁ
SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO
SUBSECRETARIA DE COMPRAS E CONTRATAÇÕES

23.2.1.1 Ante a ocorrência de qualquer das hipóteses previstas nas alíneas 'a', 'b' e 'c' do subitem 23.2.1, a Comissão Permanente de Licitação não receberá o Invólucro nº 1, o que também a impedirá de receber os demais invólucros da mesma licitante.

23.2.2 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 Permanente de Licitação, 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 item 21 deste Edital.

23.2.2.1 A Comissão Permanente de Licitação, antes do procedimento previsto na alínea 'b' do subitem 23.2.2, adotará medidas para evitar que seus membros ou os representantes das licitantes possam, ainda que acidentalmente, identificar a autoria de algum Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada.

23.2.2.1.1 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 Permanente de Licitação.

23.2.2.2 Se, ao examinar ou rubricar os conteúdos dos Invólucros nº 1 e nº 3, a Comissão Permanente de Licitação 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 Permanente de Licitação desclassificará a licitante e ficará de posse de todos os seus invólucros até que expire o prazo para recursos relativos a essa fase.

23.2.3 A Comissão Permanente de Licitação 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 23.2.2 acima.

23.2.4 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 Permanente de Licitação.

23.2.5 Se as licitantes estiverem expressamente de acordo com as decisões tomadas pela Comissão Permanente de Licitação na primeira sessão, os procedimentos de licitação terão continuidade em conformidade com o previsto no subitem 23.2.6 e seguintes. Caso contrário a comissão divulgará o resultado na forma do item 21, abrindo-se o prazo de 03 (três) dias úteis para a interposição de recursos.

23.2.5.1 Se houver manifestação expressa de qualquer licitante de recorrer das decisões da Comissão Permanente de Licitação, pertinentes à primeira sessão, esta divulgará o resultado na forma do item 21, abrindo-se o prazo para a interposição de recursos, conforme disposto no item 22 deste Edital.

23.2.6 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 Permanente de Licitação à Subcomissão Técnica, dos Invólucros nº 1 (Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada), acompanhados dos questionamentos das licitantes relativos à Proposta Técnica, se for o caso, e das respectivas respostas, sem identificação de autoria;
- 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, pela Subcomissão Técnica, de ata de julgamento dos Invólucros nº 1 (Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada) e de planilha com as pontuações e justificativas das razões que as fundamentaram, e encaminhamento desses documentos à Comissão Permanente de Licitação, na devolução dos



MUNICÍPIO DE MACAPÁ
SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO
SUBSECRETARIA DE COMPRAS E CONTRATAÇÕES

Invólucros nº 1;

d) somente após o recebimento dos documentos e dos Invólucros nº 1, mencionados na alínea anterior, ocorrerá o encaminhamento, pela Comissão Permanente de Licitação à Subcomissão Técnica, dos Invólucros nº 3 (Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação) das licitantes;

e) análise individualizada e julgamento, pela Subcomissão Técnica, dos conteúdos dos Invólucros nº 3 (Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação) das licitantes, de acordo com os critérios especificados neste Edital;

f) elaboração, pela Subcomissão Técnica, de ata de julgamento dos Invólucros nº 3 (Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação) e de planilha com as pontuações e justificativas das razões que as fundamentaram, e encaminhamento desses documentos à Comissão Permanente de Licitação, na devolução dos Invólucros nº 3.

23.2.6.1 Se alguma Proposta Técnica for desclassificada com base nas alíneas 'b' e 'c' do subitem 12.5, a pontuação atribuída pela Subcomissão Técnica a cada quesito ou subquesito dessa Proposta será lançada em planilhas que ficarão acondicionadas em envelope fechado e rubricado no fecho pelos membros da referida Subcomissão, até que expire o prazo para recursos relativos a essa fase.

23.2.6.2 O disposto no subitem precedente não se aplica ao caso da alínea 'a' do subitem 12.5, em que o descumprimento das regras definidas, para a preservação da autoria do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, resulte na identificação da licitante, antes da abertura do Invólucro nº 2.

23.2.7 As planilhas previstas nas alíneas 'c' e 'f' do subitem 23.2.6 conterão respectivamente a pontuação de cada membro da Subcomissão Técnica para cada subquesito do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada 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

23.3 Após receber as atas de julgamento das Propostas Técnicas constantes dos Invólucros nº 1 e nº 3, respectivas planilhas de julgamento e demais documentos elaborados pela Subcomissão Técnica, a Comissão Permanente de Licitação convocará as licitantes, na forma do item 21, 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 os documentos constantes dos Invólucros nº 2 (Plano de Comunicação Publicitária - Via Identificada) das licitantes, com os conteúdos dos Invólucros nº 1 (Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada), para identificação de autoria;

d) elaborar planilha geral com as pontuações atribuídas a cada quesito de cada Proposta Técnica;

e) proclamar o resultado do julgamento das Propostas Técnicas;

f) executar o sorteio previsto no subitem 12.7, se for o caso;

g) informar que o resultado do julgamento das Propostas Técnicas será publicado na forma do item 21, com a indicação das licitantes classificadas e das desclassificadas, em ordem decrescente de pontuação, abrindo-se prazo para interposição de recurso, conforme disposto no item 22 deste Edital.

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

Terceira Sessão

23.4 Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os



MUNICÍPIO DE MACAPÁ
SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO
SUBSECRETARIA DE COMPRAS E CONTRATAÇÕES

recursos interpostos, a Comissão Permanente de Licitação convocará as licitantes classificadas no julgamento técnico, na forma do item 21, para participar da terceira sessão pública, com a seguinte pauta básica:

- a) identificar os representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;
- b) abrir os Invólucros nº 4, com as Propostas de Preços, cujos documentos serão rubricados pela Comissão Permanente de Licitação e pelos representantes das licitantes presentes ou por comissão por eles indicada;
- c) colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame, os documentos integrantes dos Invólucros nº 4;
- d) analisar o cumprimento, pelas licitantes, das exigências deste Edital para a elaboração das Propostas de Preços e julgá-las de acordo com os critérios nele especificados;
- e) identificar a Proposta de menor preço, nos termos dos subitens 15.2 e 15.3 e dar conhecimento do resultado aos representantes das licitantes presentes;
- f) verificar a licitante mais bem classificada no julgamento da Proposta Técnica apresentou a Proposta de menor preço e efetuar com as que não tenham apresentado a negociação prevista no Art. 61, §1º da Lei nº 14.133/2021 nos termos da Proposta de menor preço;
- 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 as contratações previstas no presente certame;
- h) declarar vencedora do julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços, observado o disposto nos subitens 12.4 e 12.5, a licitante que:
 - h1) tenha sido a mais bem classificada 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 item 21, com a indicação da ordem de classificação, abrindo-se prazo para interposição de recurso, conforme disposto no item 22 deste Edital.

Quarta Sessão

23.5 Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, a Comissão Permanente de Licitação convocará as licitantes classificadas no julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços, na forma do item 21, 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) verificar a manutenção das condições de participação pelas licitantes, nos termos do item 4 deste Edital, e registrar em ata eventuais casos de descumprimento;
- c) receber e abrir os Invólucros nº 5 das licitantes em condições de participação, cujos documentos serão rubricados pela Comissão Permanente de Licitação e pelos representantes das licitantes presentes ou por comissão por eles indicada;
- d) analisar a conformidade dos Documentos de Habilitação com as condições estabelecidas neste Edital e na legislação em vigor;
- e) colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame, os documentos integrantes dos Invólucros nº 5;
- f) dar conhecimento do resultado da habilitação e informar que será publicado na forma do item 21, com a indicação das licitantes habilitadas e inhabilitadas, abrindo-se prazo de 03 (três) dias úteis para interposição de recurso, conforme disposto na alínea 'c' do inciso I do art. 165 da Lei nº 14.133/2021;



MUNICÍPIO DE MACAPÁ
SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO
SUBSECRETARIA DE COMPRAS E CONTRATAÇÕES

g) informar que será publicado, na forma do item 21, o nome da licitante vencedora desta concorrência, caso não tenha sido interposto recurso na fase de habilitação, ou tenha havido a sua desistência ou, ainda, tenham sido julgados os recursos interpostos.

24. HOMOLOGAÇÃO E ADJUDICAÇÃO

24.1 Não tendo sido interposto recurso na fase de habilitação, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, será homologado o resultado desta concorrência e, assim, aprovada a adjudicação do seu objeto à licitante vencedora, observado o disposto no subitem 31.10 deste Edital.

24.2 Será vencedora desta concorrência a licitante que:

- a) tenha sido mais bem classificada no julgamento das Propostas Técnicas;
- b) individualmente tenha apresentado a Proposta de menor preço, nos termos do item 15, 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.

25. CONDIÇÕES PRÉ CONTRATUAIS

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

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

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

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

25.4 O CONTRATANTE poderá rescindir, a qualquer tempo, os contratos que vierem a ser assinados, independentemente de interpelação judicial ou extrajudicial, conforme disposto na Cláusula Décima Quarta da Minuta de Contrato (Anexo IX).

25.5 A contratada manterá, pelo período de no mínimo, 05 (cinco) anos, após a extinção do contrato, acervo probatório 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.

25.6 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.

25.7 A contratada centralizará o comando da publicidade do CONTRATANTE em MUNICÍPIO e CIDADE, onde, para esse fim, manterão sede, filial, sucursal ou escritório, observado o disposto nos subitens 5.1.2 e 5.1.2.1 da Cláusula Quinta da Minuta de Contrato (Anexo IX).

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

26. GARANTIA DA CONTRATAÇÃO



MUNICÍPIO DE MACAPÁ
SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO
SUBSECRETARIA DE COMPRAS E CONTRATAÇÕES

26.1 Será exigida, na assinatura do Contrato, prestação de Garantia em favor da Prefeitura Municipal de Macapá- PMM, correspondente a 2% (dois por cento) do valor mencionado no Objeto especificado no Edital do referido certame, em uma das modalidades previstas no arts. 96 e seguintes da Lei Federal nº 14.133, de 2021, à escolha da licitante vencedora, no de prazo de 30 (trinta) dias após assinatura deste instrumento contratual.

26.2 Sem prejuízo das sanções previstas na Lei e no Contrato, a não prestação da garantia exigida será considerada como recusa injustificada em assinar o Contrato, mesmo que este já tenha sido assinado, implicando na imediata anulação na Nota de Empenho emitida e na responsabilização da CONTRATADA.

26.3 A garantia em dinheiro deverá ser efetuada em favor da Prefeitura Municipal de Macapá- PMM, DEPÓSITO DE CAUÇÃO, no Banco do Brasil, Agência **3575-0**, Conta Corrente **105.700-6**, com correção monetária pelo Índice de Preços ao Consumidor Amplo – IPCA, apurado pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE).

26.4 No caso de alteração do valor do Contrato, ou prorrogação de sua vigência, a garantia deverá ser readequada ou renovada nas mesmas condições.

27. OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA E CONTRATANTE

27.1 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 IX) deste Edital, conforme o Art.89, §2º da Lei nº 14.133/2021.

28. FISCALIZAÇÃO

28.1. O CONTRATANTE nomeará gestor e fiscal, titular e substituto, para acompanhar e fiscalizar a execução do contrato 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 IX).

29. REMUNERAÇÃO E PAGAMENTO

29.1 A remuneração da contratada, pelos serviços prestados, será feita nos termos das Cláusulas Oitava e Nona da Minuta de Contrato (Anexo IX), consoante os preços estabelecidos na Proposta de menor preço, observado o item 15 deste Edital.

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

30. SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

30.1 Será aplicada à licitante vencedora multa compensatória de até 1% (um por cento), calculada sobre a estimativa de despesas prevista no subitem 3.1, independentemente de outras sanções e penalidades previstas na Lei nº 14.133/2021, diante das seguintes ocorrências:

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

30.1.1 O disposto no subitem precedente não se aplica às licitantes convocadas na forma do subitem 25.1.1.1 deste Edital.

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

31. DISPOSIÇÕES FINAIS

31.1 É facultada à Comissão Permanente de Licitação, em qualquer fase desta concorrência, a promoção de



MUNICÍPIO DE MACAPÁ
SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO
SUBSECRETARIA DE COMPRAS E CONTRATAÇÕES

diligência destinada a esclarecer ou complementar a instrução do processo licitatório, vedada a inclusão posterior de documento ou informação que deveria constar originalmente das Propostas Técnica, de Preços ou dos Documentos de Habilitação.

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

31.3 A Comissão Permanente de Licitação deverá adotar os cuidados necessários para preservar o sigilo quanto à autoria do Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada, até a abertura do Invólucro nº 2, nas situações previstas nos subitens 31.1 e 31.2 deste Edital.

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

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

31.5 Se, durante a execução do contrato, o instrumento firmado com a contratada não for prorrogado, ou for rescindido, nos casos previstos na legislação e no contrato, o CONTRATANTE poderá convocar as licitantes remanescentes, obedecida a ordem de classificação das Propostas Técnicas, para dar continuidade à execução do objeto do contrato, desde que concordem e se disponham a cumprir todas as condições e exigências a que estiverem sujeitas as signatárias dos contratos.

31.6 É vedada a utilização de qualquer elemento, critério ou fato sigiloso, secreto ou reservado que possa, ainda que indiretamente, elidir o princípio da igualdade entre as licitantes.

31.7 É proibido a qualquer licitante tentar impedir o curso normal do processo licitatório mediante a utilização de recursos ou de meios meramente protelatórios, sujeitando-se a autora às sanções legais e administrativas aplicáveis, conforme dispõe o art. 337-I do Código Penal, incluído através da Lei nº 14.133/2021

31.8 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.

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

31.9.1 A nulidade do procedimento licitatório induz à dos contratos, sem prejuízo do disposto no parágrafo único do art. 148 da Lei nº 14.133/2021.

31.9.2 O CONTRATANTE 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 assegurado à contratada o contraditório e a ampla defesa, caso a adjudicação seja anulada, em virtude de qualquer dispositivo legal que a autorize.

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

31.11 Correrão por conta do CONTRATANTE as despesas que incidirem sobre a formalização do contrato, incluídas as decorrentes de sua publicação, que deverá ser efetivada em extrato, no Diário Oficial da Município, na forma prevista no parágrafo único do art. 89, § 1º da Lei nº 14.133/2021.



MUNICÍPIO DE MACAPÁ
SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO
SUBSECRETARIA DE COMPRAS E CONTRATAÇÕES

31.12 As questões suscitadas por este Edital que não puderem ser dirimidas administrativamente serão processadas e julgadas no Foro da Comarca de Macapá/AP.

31.13 Integram este Edital os seguintes Anexos:

- a) ANEXO I – TERMO DE REFERÊNCIA
- b) ANEXO II - BRIEFING;
- c) ANEXO III - MODELO DE PROPOSTA DE PREÇOS
- d) ANEXO IV - MODELO DE DECLARAÇÃO DE PLENO CONHECIMENTO E ACEITAÇÃO DO EDITAL;
- e) ANEXO V - MODELO DE PROCURAÇÃO;
- f) ANEXO VI - MODELO DE DECLARAÇÃO QUANTO AO TRABALHO DO MENOR;
- g) ANEXO VII - TERMO DE DECLARAÇÃO DE MICROEMPRESA E EMPRESA DE PEQUENO PORTE;
- h) ANEXO VIII - MODELO DE DECLARAÇÃO DE ELABORAÇÃO INDEPENDENTE DE PROPOSTA;
- i) ANEXO IX - MINUTA DO CONTRATO;
- j) ANEXO X – MINUTA A ATA DE REGISTRO DE PREÇO;
- k) ANEXO XI - TABELA DE PONTUAÇÃO – PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA;
- l) ANEXO XI - TABELA DE PONTUAÇÃO – CONJUNTO DE INFORMAÇÕES DO PROPONENTE.

Macapá/AP, 19 de setembro de 2025.

André Luís de Lima Moraes
Pregoeiro/Agente de Contratação – Secretaria Municipal de Governo
Portaria nº 001/2025 –PMM



MUNICÍPIO DE MACAPÁ
SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO
SUBSECRETARIA DE COMPRAS E CONTRATAÇÕES

ANEXO I
TERMO DE REFERÊNCIA

Autorizo ____/____/____

JUAREZ PANTOJA MENESCAL DE SOUSA
SECRETÁRIO MUNICIPAL DE COMUNICAÇÃO SOCIAL –
SMCS/PMM
DECRETO Nº 152/2025PMM

1. OBJETIVO

1.1. Consideram-se serviços de publicidade o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o objetivo de promover a difusão de ideias ou informar o público em geral, de acordo com o art. 2º, caput, da Lei 12.232/2010

1.1.1.1 As pesquisas e outros instrumentos de avaliação previstos na alínea "a" do subitem 1.1.1 terão a finalidade de: a) gerar conhecimento sobre o mercado ou o ambiente de atuação do Município de Macapá, o público-alvo e os veículos de divulgação nos quais serão difundidas as campanhas ou peças; b) aferir o desenvolvimento estratégico, a criação e a divulgação de mensagens; c) possibilitar a mensuração dos resultados das campanhas ou peças, vedada à inclusão de matéria estranha ou sem pertinência temática com a ação publicitária.

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

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

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

1.2.1 Se, em decorrência das regras do Edital e da legislação aplicável, não restar possível a contratação da agência, o Município de Macapá contratará a agência vencedora e, a seu exclusivo juízo, decidirá sobre a conveniência e oportunidade de realizar novo certame para a contratação de nova agência.

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

1.2.3 A agência atuará por ordem e conta do Município de Macapá, em conformidade com as Leis Federais nº 4.680/1965 e nº 12.232/2010, na contratação de fornecedores de bens e serviços especializados, para a execução



MUNICÍPIO DE MACAPÁ
SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO
SUBSECRETARIA DE COMPRAS E CONTRATAÇÕES

das atividades complementares de que trata o subitem 1.1.1, de veículos e demais meios de divulgação, para a transmissão de mensagens publicitárias.

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

1.2.5 A agência atuará de acordo com solicitação do Município de Macapá, indistintamente e independentemente de sua classificação no certame, e não terá, particularmente, exclusividade em relação a nenhum dos serviços previstos nos subitens 1.1 e 1.1.1.

1.2.6 Para a execução dos serviços, o Município de Macapá observará o procedimento de seleção interna entre as áreas, conforme manual a ser publicado antes do início da execução do contrato.

1.2.7 Os serviços serão prestados com vistas à consecução de ações de publicidade de interesse dos órgãos da administração direta e das entidades da administração indireta do Poder Executivo Municipal, incluídas as empresas públicas, autarquias, sociedades de economia mista e serviços sociais autônomos vinculados ao Município de Macapá, sob a coordenação da Secretaria Municipal de Comunicação Social.

1.3 A CONTRATADA atuará mediante convocação do Município de Macapá, procedendo-se o estabelecido no art. 1º § 4º da Lei 12.232/10, inexistindo exclusividade sobre qualquer das ações elencadas no item 1.1, devendo os serviços de publicidade ser demandados e executados indistintamente e independentemente da classificação.

1.4 Os estudos, resultados e análises, planos e ideias e materiais de propaganda, criados pela CONTRATADA em decorrência do fornecimento do objeto serão de propriedade do Município de Macapá, por meio da Secretaria Municipal de Comunicação Social, a qual poderá utilizá-los conforme conveniência, mesmo após o término do contrato.

1.5 A Secretaria Municipal de Comunicação Social poderá solicitar materiais e serviços em regime de urgência, os quais deverão ser executados no prazo acordado previamente entre as partes.

1.6 A agência não poderá subcontratar outra agência de propaganda para execução dos serviços previstos no item 1.1.

1.7 A Agência deverá fornecer à Secretaria Municipal de Comunicação Social relatório mensal comprovando o pagamento aos fornecedores, em um prazo máximo de três dias após a efetivação do pagamento pelo Município de Macapá para a Agência.

1.8 De acordo com as Normas-Padrão da Atividade Publicitária, que regula o relacionamento comercial entre anunciantes, agências de publicidade e veículos de comunicação, nas contratações com o setor público, os anunciantes de cada Poder e Esfera Administrativa serão considerados como departamentos de um só anunciante, para efeito de aplicação dos dispositivos econômicos destas Normas-Padrão, ainda que os contratos sejam celebrados separadamente com cada órgão, autarquia, empresa, fundação, sociedade de economia mista ou outro tipo de entidade governamental.

2. DA JUSTIFICATIVA

2.1. A contratação de serviços de publicidade, conforme disposto no item 1, tem como objetivo possibilitar o atendimento das políticas públicas da Administração Pública Municipal, garantindo à população o seu conhecimento acerca dos atos, serviços, programas e campanhas.



MUNICÍPIO DE MACAPÁ
SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO
SUBSECRETARIA DE COMPRAS E CONTRATAÇÕES

3. DA NATUREZA CONTINUADA DO SERVIÇO

3.1 É sabido que a Administração tem o dever de publicizar seus atos, conforme Art. 37, caput, da Constituição Federal. Decorre do referido princípio a obrigação de observância ao princípio da transparência, neste sentido, os serviços de publicidade de utilidade pública 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 pela Prefeitura Municipal de Macapá.

Cumprir registrar que, a transparência pública tem um papel fundamental ao combate à corrupção, bem como permite a contribuição da sociedade no fornecimento de elementos que viabilizam a eficiência e efetividade das políticas públicas.

Ante exposto entende-se que os serviços de publicidade possuem natureza continuada, uma vez que estão voltados para o funcionamento das rotinas de comunicação social, sendo necessários aos Órgãos da Administração Municipal visando o desempenho de suas atribuições. Assim, resta configurado a necessidade de que a contratação se estenda por mais de um exercício financeiro, nos termos do inciso I, do Art. 11, da Lei nº 14133/21, sejam as prorrogações efetuadas com vistas à obtenção de preços e condições mais vantajosas para a Administração Pública.

4. DA VIGÊNCIA E PRORROGAÇÃO DO CONTRATO

4.1. O prazo de vigência do contrato será de 12 (doze) meses, podendo ser prorrogado, na forma da lei, e a vigência máxima de 60 (sessenta) meses, nos termos da Lei 14.133/21 e suas alterações.

5. DO VALOR TOTAL DO CONTRATO

5.1. A soma das despesas com o contrato resultante desta Concorrência está estimada em R\$ 10.800.000,00 (dez milhões e oitocentos mil), pelos primeiros 12 (doze) meses e serão executadas de acordo com o previsto nos subitens 1.1.1 e 1.1.2.

6. OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA

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

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

6.1.2 Centralizar o comando da publicidade do CONTRATANTE em Macapá, para esse fim, manterá sede, escritório ou sucursal. 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.

6.1.2.1 A CONTRATADA deverá comprovar, no prazo máximo de 30 (trinta) dias corridos, a contar da data da assinatura do contrato, que possui, em Macapá, estrutura de atendimento compatível com o volume e a característica dos serviços a serem prestados ao CONTRATANTE, representada pelos seguintes profissionais: a) dois profissionais na área de atendimento, sendo um de nível sênior e um de nível júnior; b) um profissional na área de planejamento; c) duas duplas de profissionais na área de criação, sendo uma específica para o meio digital; d) um profissional nas áreas de produção gráfica, eletrônica e de design/computação gráfica; e) dois profissionais na área de mídia, sendo um supervisor de mídia; e um mídia digital;

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

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



MUNICÍPIO DE MACAPÁ
SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO
SUBSECRETARIA DE COMPRAS E CONTRATAÇÕES

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

6.1.5.1 Pertencem ao CONTRATANTE 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 tempo, espaço ou reaplicações que tenham sido concedidos por veículo de divulgação.

6.1.5.1.1 O disposto no subitem 6.1.5.1 não abrange os planos de incentivo concedidos por veículos à CONTRATADA e a outras agências, nos termos do art. 18 da Lei nº 12.232/2010.

6.1.5.2 O desconto de antecipação de pagamento será igualmente transferido ao CONTRATANTE, caso este venha a saldar compromisso antes do prazo estipulado.

6.1.5.3 A CONTRATADA não poderá, em nenhum caso, sobrepor os planos de incentivo aos interesses do 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.

6.1.5.3.1 A CONTRATANTE reserva-se ao direito de solicitar informações à CONTRATADA sobre todos os planos de incentivo que lhes forem concedidos em decorrência deste contrato, bem como a demonstração de que o incentivo recebido não produziu ou estimulou veiculações contrárias ao interesse do Município de Macapá, para fins de conferir efetividade à norma contida no item 6.1.5.3.

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

6.1.6 Observar as seguintes condições para o fornecimento de bens ou serviços especializados ao CONTRATANTE: I - fazer cotações prévias de preços para todos os serviços a serem prestados por fornecedores; II - somente apresentar cotações de preços de fornecedores observado o disposto no art. 14 da Lei Federal nº 12.232/2010; III - apresentar, no mínimo, 3 (três) cotações coletadas que atuem no ramo do fornecimento pretendido; IV - exigir do fornecedor que constem da cotação os produtos ou serviços que a compõem, seus preços unitários e total e, sempre que necessário, o detalhamento de suas especificações; V - a cotação deverá ser apresentada no original, em papel timbrado, com a identificação completa do fornecedor (nome completo, CNPJ ou CPF, endereço, telefone, entre outros dados) e a identificação do responsável pelas informações (nome completo, RG e e-mail).

6.1.7.1 Quando o fornecimento de bens ou serviços tiver valor superior a 0,5% (cinco décimos por cento) do valor global deste contrato, deverá ser realizada sessão pública para recebimento orçamentos de fornecedores em envelopes fechados, que serão abertos, convocada e realizada sob fiscalização do CONTRATANTE.

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

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

6.1.7.4 Se e quando julgar conveniente, o CONTRATANTE poderá: a) supervisionar o processo de seleção de fornecedores realizado pela CONTRATADA quando o fornecimento de bens ou serviços tiver valor igual ou inferior a



MUNICÍPIO DE MACAPÁ
SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO
SUBSECRETARIA DE COMPRAS E CONTRATAÇÕES

0,5% (cinco centésimos por cento) do valor deste contrato; b) realizar cotação de preços diretamente junto a fornecedores para o fornecimento de bens ou serviços independentemente de valor.

6.1.7.5 Cabe a CONTRATADA informar, por escrito, aos fornecedores de serviços especializados acerca das condições estabelecidas para a reutilização de peças e materiais publicitários, especialmente no tocante aos direitos patrimoniais de autor e conexos.

6.1.8 Submeter à contratação de fornecedores, para a execução de serviços objeto deste contrato, à prévia e expressa anuência do CONTRATANTE.

6.1.9 Obter a aprovação prévia do CONTRATANTE, por escrito, para autorizar despesas com serviços especializados prestados por fornecedores, veiculação e qualquer outra relacionada com este contrato.

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

6.1.10 Apresentar ao CONTRATANTE, para aprovação do Plano de Mídia de cada campanha ou ação, relação dos meios, praças e veículos dos quais será possível e dos quais se revela impossível obter o relatório de checagem de veiculação a cargo de empresa independente, e a(s) justificativa(s) que demonstre(m) tal impossibilidade, com o fim de atender ao disposto no art. 15 da Lei nº 12.232/2010.

6.1.11 Apresentar ao CONTRATANTE, como alternativa ao subitem 2.1.10, estudo prévio sobre os meios, praças e veículos dos quais será possível e dos quais se revela impossível obter o relatório de checagem de veiculação a cargo de empresa independente, com o fim de atender ao disposto no art. 15 da Lei nº 12.232/2010.

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

6.1.12 Encaminhar, sempre que solicitado pelo CONTRATANTE, durante a vigência deste contrato, sem ônus para esta, cópias das peças produzidas, nos seguintes formatos: a) TV e Cinema: uma cópia em DVD pendrive e/ou arquivos digitais; b) Internet: uma cópia em CD, pendrive ou outro, com os arquivos que constituíram a campanha ou peça; c) Rádio: uma cópia em CD, pendrive ou outro, com arquivos digitais; d) Mídia impressa e material publicitário: uma cópia em CD, pendrive ou outro, com arquivos nas versões aberta - com as fontes e imagens em alta resolução - e finalizada.

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

6.1.13 Orientar a produção e a impressão das peças gráficas e material aprovados pelo CONTRATANTE.

6.1.13.1 O material a ser utilizado na distribuição só será definido após sua aprovação pelo CONTRATANTE.

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

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



MUNICÍPIO DE MACAPÁ
SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO
SUBSECRETARIA DE COMPRAS E CONTRATAÇÕES

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

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

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

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

6.1.18.1 Não caucionar ou utilizar o presente contrato como garantia para qualquer operação financeira. 2.1.18.2 Manter, durante a execução deste contrato, todas as condições de habilitação exigidas na concorrência que deu origem a este ajuste, incluída a certificação de qualificação técnica de atendimento de que tratam o art. 4º e seu § 1º da Lei nº 12.232/2010.

6.1.18.2 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.

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

6.1.18.4 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.

6.1.18.5 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.

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

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

6.1.18.8 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 do CONTRATANTE.

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



MUNICÍPIO DE MACAPÁ
SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO
SUBSECRETARIA DE COMPRAS E CONTRATAÇÕES

6.1.19.1 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 o CONTRATANTE.

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

6.1.19.2.1 Se houver ação trabalhista envolvendo os serviços prestados, a CONTRATADA adotará as providências necessárias no sentido de preservar o CONTRATANTE e de mantê-lo a salvo de reivindicações, demandas, queixas ou representações de qualquer natureza e, não o conseguindo, se houver condenação, reembolsará ao 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.

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

7. OBRIGAÇÕES DO CONTRATANTE

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

8. DA VEDAÇÃO DE PARTICIPAÇÃO DE EMPRESAS REUNIDAS EM CONSÓRCIO

8.1 A participação de consórcios em certames licitatórios vai ao encontro da finalidade da licitação que é a obtenção da melhor relação custo-benefício para atender à necessidade da Administração. Os consórcios, geralmente, constituem instrumentos de ampliação da competitividade, na medida em que possibilitam as empresas que os integram somar capacidades técnica, econômico-financeira para participar de procedimento licitatório em que, individualmente, não teriam condições.

8.1.1 Contudo, embora não prescindir de características de cunho intelectual e complexo, é pacífico que a prestação de serviços de publicidade é de pleno e amplo conhecimento das empresas do ramo, havendo numerosa gama de empresas que possuem capacidade de atendimento às necessidades do Município de Macapá, com expertises compatíveis com a expectativa dos serviços a serem contratados. Sendo assim, a participação de consórcio, no presente caso, não garante a ampliação da disputa competitiva. Ademais, cumpre registrar que o consórcio entre diversas empresas pode prejudicar a estratégia de publicidade do Município, em razão das possíveis divergências de posicionamento de cada uma na execução de um mesmo serviço.

Desta forma, fica vedada a participação de empresas constituídas na forma de consórcio.

10. JUSTIFICATIVAS ADICIONAIS PARA EDITAL DE PUBLICIDADE

10.1 Critérios de julgamento por Melhor Técnica

10.2 O art. 33, inciso III, da Lei nº 14.133/2021 prevê expressamente a “melhor técnica” como critério de julgamento, especialmente para serviços de natureza predominantemente intelectual, como é o caso da publicidade.



MUNICÍPIO DE MACAPÁ
SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO
SUBSECRETARIA DE COMPRAS E CONTRATAÇÕES

10.3 Justifica-se porque a qualidade técnica da agência tem impacto direto na efetividade da comunicação pública, muito mais do que apenas o menor preço.

11. APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA

11.1 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	

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

11.1.5 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;

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

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

- i) em caderno único, orientação retrato e com espiral preto colocado à esquerda;
- j) capa e contracapa em papel A4, branco, entre 75 g/m² e 90 g/m²;
- k) conteúdo impresso em papel A4, branco, entre 75 g/m² e 90 g/m², orientação retrato, observado o disposto na alínea 'c2' do subitem 11.2.2.
- l) espaçamento de 2 cm, nas margens direita e esquerda, a partir da borda;
- m) títulos, entretítulos, parágrafos e linhas subsequentes sem recuos;
- n) espaçamento "simples" entre as linhas e, opcionalmente, duplo após títulos e entretítulos e entre parágrafos;
- o) alinhamento justificado do texto;
- p) texto e numeração de páginas em fonte Arial, estilo 'normal', cor preta, tamanho de 12 pontos, observados os subitens 11.2.1, 11.2.2 e 11.2.3.
- k) numeração de todas as páginas, no centro inferior, pelo editor de textos, a partir da primeira página interna, em algarismos arábicos;
- l) sem identificação da licitante.

11.2.4 As especificações do subitem 11.2 não se aplicam às peças de que trata a alínea 'b' do subitem 11.3.3 e à indicação prevista no subitem 11.3.3.3.6l.

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

- d) poderão ser editados em cores;
- e) os dados e informações deverão ser editados na fonte Arial e tamanho de 10 pontos';
- f) as páginas em que estiverem inseridos poderão ser:

II- Apresentadas em papel A3 dobrado. Nesse caso, para fins do limite previsto no subitem 11.2.6, cada folha



MUNICÍPIO DE MACAPÁ
SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO
SUBSECRETARIA DE COMPRAS E CONTRATAÇÕES

de papel A3 será computada como 02 (duas) páginas de papel A4;

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

e) ser editados em cores;

f) ter fontes e tamanhos de fonte habitualmente utilizados nesses documentos;

g) ter qualquer tipo de formatação de margem;

h) ser apresentados em papel A3 dobrado.

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

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

11.2.4.1 Os exemplos de peças da ideia criativa, item, deverão ser apresentadas separadamente do caderno de textos, impressas em papel branco formato A4 branco, entre 75 g/m² e 90 g/m², e afixadas sobre papel duplex na cor preta com margem de quatro centímetros (4 cm), cabendo à licitante atentar para o disposto nas alíneas 'c' dos subitens 10.1.1.2 e

23.2.1 e no subitem 23.2.1.1.

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

11.2.11 Os textos do Raciocínio Básico, da Estratégia de Comunicação Publicitária e da relação prevista na alínea 'a' do subitem 11.3.3 estão limitados, no conjunto, a 30 (trinta) páginas.

11.2.12 Os textos da Estratégia de Mídia e Não Mídia não têm limitação quanto ao número de páginas, mas cabe às licitantes atentarem especialmente para o disposto nas alíneas 'c' dos subitens 10.1.1.2 e 23.2.1 e no subitem 23.2.1.1 deste Edital.

11.2.13 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.

11.2.14 Poderão ser utilizadas páginas isoladas com a finalidade de indicar o Plano de Comunicação Publicitária e seus subquestos. Essas páginas não serão computadas no limite de página previsto no subitem 11.2.6 e devem seguir as especificações do subitem 11.2, no que couber.

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

11.4.1 Subquesto 1 - Raciocínio Básico - apresentação em que a licitante descreverá:

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

e) diagnóstico relativo às necessidades de comunicação publicitária identificadas;

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

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

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

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

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

c) 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;



MUNICÍPIO DE MACAPÁ
SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO
SUBSECRETARIA DE COMPRAS E CONTRATAÇÕES

d) 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 11.3.3.3.

11.3.3.3 A descrição mencionada na alínea 'a' do subitem 11.3.3 está circunscrita à especificação de cada peça publicitária, à explicitação de sua finalidade e suas funções táticas na campanha proposta.

11.3.3.4 Se a campanha proposta pela licitante previr número de peças publicitárias superior ao limite estabelecido no subitem 11.3.3.3, que podem ser apresentadas fisicamente como exemplos, a relação mencionada na alínea 'a' do subitem

11.3.3 deverá ser elaborada em dois blocos: um para as peças apresentadas como exemplos e outro para o restante.

11.3.3.3 Os exemplos de peças publicitárias de que trata a alínea 'b' do subitem 11.3.3 estão limitados a 10 (dez), independentemente do meio de divulgação, do seu tipo ou de sua característica, e poderão ser apresentados sob a forma de:

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

f) 'monstro' para o meio rádio;

g) *storyboard* para os meios TV, cinema e internet;

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

11.3.3.3.5 As peças gráficas poderão ser impressas em tamanho real ou reduzido, desde que não haja prejuízo em sua leitura, sem limitação de cores.

11.3.3.3.6 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.

11.3.3.3.7 Na elaboração do *storyboard* poderão ser inseridas fotos e imagens estáticas.

11.3.3.3.8 O 'monstro' deverá ser apresentado em *pen drive*, executável em sistema operacional *Windows*.

11.3.3.3.4.1 Nessa mídia de apresentação (*pen drive*) não poderá constar informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação da licitante, ou de qualquer CONTRATANTE, somente a marca do seu fabricante.

11.3.3.3.5. 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.

11.3.3.3.6 Para facilitar seu cotejo, pelos integrantes da Subcomissão Técnica, com a relação prevista na alínea 'a' do subitem 11.3.3 do Edital, cada exemplo deverá trazer indicação do tipo de peça (exemplos: cartaz, filme TV, spot rádio, anúncio revista, *banner* internet).

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

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

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

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

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

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

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

11.3.3.4.1 Na apresentação de proposta de *hotsite* a que se refere à alínea 'd' do subitem 11.3.3.4, não podem ser inseridos vídeos ou imagens em movimento.

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



MUNICÍPIO DE MACAPÁ
SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO
SUBSECRETARIA DE COMPRAS E CONTRATAÇÕES

contemplando:

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

V. 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;

VI. 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 e demais informações que a licitante considerar relevantes;

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

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

- i) o período de veiculação, exposição ou distribuição das peças publicitárias;
 - j) as quantidades de inserções das peças em veículos de divulgação /plataformas digitais de comunicação;
 - k) 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;
 - l) 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;
 - m) 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;
 - n) os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção de cada peça ou material publicitário de não mídia;
 - o) os valores (absolutos e percentuais) alocados na distribuição de cada peça publicitária de não mídia.
 - p) os valores (absolutos e percentuais) alocados no desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias.
- as quantidades a serem produzidas de cada peça ou material publicitário de não mídia.

11.3.4.6 Nessa simulação:

- d) os preços das inserções em veículos de divulgação deverão ser os de tabela cheia, vigentes na data de publicação do Aviso de Licitação;
- e) 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;
- f) deverão ser desconsiderados os honorários e custos internos sobre os bens e serviços especializados prestados por fornecedores.

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

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

I – ter a identificação da licitante;

II - ser datado;

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

11.5 Quesito 2 - Capacidade de Atendimento: a licitante deverá apresentar as informações que constituem o



MUNICÍPIO DE MACAPÁ
SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO
SUBSECRETARIA DE COMPRAS E CONTRATAÇÕES

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.

11.5.1 O caderno específico mencionado no subitem 11.5 não poderá apresentar informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, que possibilite a identificação da autoria deste, antes da abertura do Invólucro nº 2.

11.8 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:

- f) relação nominal dos seus principais clientes à época da licitação, com a especificação do início de atendimento de cada um deles;
- g) 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;
- h) infraestrutura e instalações da licitante que estarão à disposição do CONTRATANTE para a execução do contrato;
- i) sistemática operacional de atendimento na execução do contrato;
- j) 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 do CONTRATANTE, sem ônus adicionais, na vigência do contrato.

11.9 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.

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

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

11.9.1 A licitante deverá apresentar 08 (oito) peças publicitárias, independentemente do seu tipo ou característica e da forma de sua veiculação, exposição ou distribuição.

11.9.1.1 As peças publicitárias devem ter sido veiculadas, expostas ou distribuídas a partir de 1º de janeiro de 2010.

11.9.1.2 As peças eletrônicas deverão ser fornecidas em *pen drive*, executáveis no sistema operacional *Windows*, podendo integrar o caderno específico previsto no subitem 11.7 ou ser apresentadas soltas.

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

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

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

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

11.9 Quesito 4 - Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação: a licitante deverá apresentar os



MUNICÍPIO DE MACAPÁ
SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO
SUBSECRETARIA DE COMPRAS E CONTRATAÇÕES

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

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

11.10 A licitante deverá apresentar 2 (dois) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, cada um com o máximo de 2 (duas) páginas, em que serão descritas soluções publicitárias propostas pela licitante e implementadas por seus clientes, na superação de desafios de comunicação. Cada Relato:

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

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

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

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

11.10.4 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 11.10.

11.10.5 Os Relatos de que trata o subitem 11.10 devem ter sido implementados a partir de 1º de janeiro de 2010.

11.10.6 É permitida a inclusão de até 3 (três) peças publicitárias, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça, em cada Relato, observando-se as seguintes regras:

IV - as peças eletrônicas deverão ser fornecidas em *pen drive*, executáveis no sistema operacional *Windows*, podendo integrar o caderno específico previsto no subitem 11.9 ou ser apresentadas soltas;

V - as peças gráficas poderão integrar o caderno específico previsto no subitem 11.9, em papel A4 ou A3 dobrado, ou ser apresentadas soltas, em qualquer formato, dobradas ou não. Em todos os casos, deverá ser preservada a capacidade de leitura das peças e indicadas suas dimensões originais;

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

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

12. APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA

12.3 A Subcomissão Técnica, prevista no item 20, analisará as Propostas Técnicas das licitantes quanto ao atendimento das condições estabelecidas.

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

12.4.1 Quesito 1 - Plano de Comunicação Publicitária

12.4.1.1 Subquesito 1 - Raciocínio Básico

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

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

f) a assertividade demonstrada na análise do desafio de comunicação a ser superado pelo CONTRATANTE e no entendimento dos objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing.



MUNICIPIO DE MACAPÁ
SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO
SUBSECRETARIA DE COMPRAS E CONTRATAÇÕES

12.4.1.2 Subquesto 2 - Estratégia de Comunicação Publicitária

- g) a adequação do partido temático e do conceito à natureza e às atividades do CONTRATANTE, bem como ao desafio e aos objetivos de comunicação;
- h) a consistência da argumentação em defesa do partido temático e do conceito;
- i) as possibilidades de interpretações positivas do conceito para a comunicação publicitária do CONTRATANTE com seus públicos;
- j) a consistência técnica dos pontos centrais da Estratégia de Comunicação Publicitária proposta;
- k) a capacidade da licitante de articular os conhecimentos sobre o CONTRATANTE, o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing;
- l) a exequibilidade da Estratégia de Comunicação Publicitária, considerada a verba referencial para investimento.

12.4.1.3 Subquesto 3 - Ideia Criativa

- g) o alinhamento da campanha com a Estratégia de Comunicação Publicitária;
- h) a pertinência da solução criativa com a natureza do CONTRATANTE, com o desafio e com os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing;
- i) a adequação das peças publicitárias ao perfil dos segmentos de público-alvo;
- j) a originalidade da solução criativa e a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;
- k) a clareza e precisão das mensagens e a adequação da linguagem com os públicos-alvo;
- l) a exequibilidade das peças e de todos os elementos propostos, com base na verba referencial para investimento.

12.4.1.4 Subquesto 4 - Estratégia de Mídia e Não Mídia

- f) 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;
- g) a consistência técnica demonstrada na proposição e defesa da estratégia, da tática e do plano de mídia;
- h) a consistência do conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de públicos-alvo da campanha publicitária;
- i) a adequação da proposta no uso dos recursos próprios de comunicação do CONTRATANTE e seu alinhamento com a Estratégia de Mídia e Não Mídia;
- j) Grau de eficiência e a economicidade na utilização da verba referencial para investimento, demonstrados na simulação dos parâmetros de cobertura e frequência.

12.2.5 Quesito 2 - Capacidade de Atendimento

- f) o porte e a tradição dos clientes, como anunciantes publicitários, e o período de atendimento a cada um;
- g) a 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;
- h) a adequação da infraestrutura e das instalações que estarão à disposição do CONTRATANTE na execução do contrato;
- i) a funcionalidade do relacionamento operacional entre o CONTRATANTE e a licitante;
- j) a relevância e utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que a licitante colocará regularmente à disposição do CONTRATANTE.

12.2.6 Quesito 3 - Repertório

- d) a originalidade da solução criativa e sua adequação à natureza do cliente, ao público-alvo e ao desafio de comunicação;
- e) a clareza e precisão das mensagens e a adequação da linguagem às características dos meios e públicos-alvo;
- f) a qualidade da produção, da execução e do acabamento das peças.

12.2.7 Quesito 4 - Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação



MUNICÍPIO DE MACAPÁ
SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO
SUBSECRETARIA DE COMPRAS E CONTRATAÇÕES

- e) a evidência de planejamento estratégico por parte da licitante na proposição da solução publicitária;
- f) a demonstração de que a solução publicitária contribuiu para o alcance dos objetivos de comunicação do cliente;
- g) a complexidade do desafio de comunicação apresentado no Relato e a relevância dos resultados obtidos;
- h) o encadeamento lógico da exposição do Relato pela licitante.

12.4 A pontuação da Proposta Técnica está limitada a 100 (cem) pontos e será apurada seguindo a metodologia distribuída entre os diversos tópicos de julgamento, da forma estabelecida nos Anexos X e XI deste edital.

12.4.1 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 12.

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

QUESITOS		PONTUAÇÃO MÁXIMA
Plano de Comunicação Publicitária		65
SUBQUESITOS	Raciocínio Básico	5
	Estratégia de Comunicação Publicitária	20
	Ideia Criativa	25
	Estratégia de Mídia e Não Mídia	15
Capacidade de Atendimento		15
Repertório		10
Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação		10
PONTUAÇÃO TOTAL		100

12.3.2.1 Se a licitante não observar as quantidades estabelecidas nos subitens 11.8.1 e 11.10 para apresentação do Repertório e dos Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, sua pontuação máxima, nesses quesitos, será proporcional às quantidades por ela apresentadas, sendo a proporcionalidade obtida mediante a aplicação de regra de três simples, em relação às respectivas pontuações máximas previstas no subitem 12.3.2 deste Edital.

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

12.3.6 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.

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

12.3.5 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.

12.6 Serão consideradas mais bem classificadas, na fase de julgamento da Proposta Técnica, a licitante que obtiver a maior pontuação, observado o disposto no subitem 12.5 deste Edital.



MUNICÍPIO DE MACAPÁ
SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO
SUBSECRETARIA DE COMPRAS E CONTRATAÇÕES

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

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

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

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

12.5.1 Poderá ser desclassificada a Proposta Técnica que não atender às demais exigências do presente Edital, a depender da gravidade da ocorrência, observado o disposto no subitem 20.4 deste Edital.

12.8 Se houver empate que impossibilite a identificação automática da licitante 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.

12.9 Persistindo o empate, a decisão será feita por sorteio, a ser realizado na própria sessão prevista no subitem 23.3 ou em ato público marcado pela Comissão Permanente de Licitação, cuja data será divulgada na forma do item 21 e para o qual serão convidadas todas as licitantes.

13. DA FUNDAMENTAÇÃO LEGAL

13.1. A contratação objeto deste Termo de Referência tem amparo legal nos seguintes dispositivos: Lei Federal nº 12.232/2010; Lei Federal nº 4.680/1965; Lei Complementar nº 123/2006; Decreto Federal nº 57.690/1966; Decreto Federal nº 4.563/2002 e da nova Lei de Licitações nº 14.133/2021, que estabelece normas gerais para licitações e contratos administrativos no Brasil.

Seu foco principal é:

- Transparência – maior clareza nas contratações, com planejamento prévio detalhado.
- Economicidade e vantajosidade – busca da proposta mais vantajosa para a Administração (art. 11).
- Eficiência – contratações devem garantir melhores resultados ao interesse público.
- Segurança jurídica – mais critérios objetivos e padronizados para licitar e contratar.
- Planejamento – reforço do estudo técnico preliminar, gestão de riscos e matriz de responsabilidade.

15. PROPOSTA MAIS VANTAJOSA (Art. 11 da Lei nº 14.133/2021)

13.1 A lei reforça que o objetivo da licitação é garantir a contratação mais vantajosa para a Administração Pública, considerando qualidade, técnica, economicidade e eficiência.

13.2 Isso respalda a escolha de agências que possam realmente atingir os públicos-alvo com maior impacto.

14. FISCALIZAÇÃO

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

14.1.1 O Gestor e Fiscal titular e o substituto são responsáveis para executar a fiscalização deste contrato e registrar em relatório todas as ocorrências, deficiências, irregularidades ou falhas porventura observadas na execução dos serviços e terão poderes, entre outros, para notificar a CONTRATADA, objetivando sua imediata correção.

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

14.2 A fiscalização pelo CONTRATANTE em nada restringe a responsabilidade, única, integral e exclusiva, da



MUNICÍPIO DE MACAPÁ
SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO
SUBSECRETARIA DE COMPRAS E CONTRATAÇÕES

CONTRATADA pela perfeita execução dos serviços.

14.3 A CONTRATADA somente poderá executar qualquer tipo de serviço após a aprovação formal do CONTRATANTE.

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

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

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

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

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

14.9 A CONTRATADA se obriga a permitir que a auditoria interna do CONTRATANTE e/ou auditoria externa por ele indicada tenham acesso a todos os documentos que digam respeito aos serviços prestados ao CONTRATANTE.

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

14.11 O CONTRATANTE avaliará, semestralmente, os serviços prestados pela CONTRATADA.

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

DATA _____

ELABORADO POR :

SANDRO RAFAEL DE SOUZA PENANTE
COORDENADOR DE JORNALISMO E IMPRENSA
INTEGRANTE TECNICO

APROVADO :

JUAREZ PANTOJA MENESCAL DE SOUSA
SECRETÁRIO MUNICIPAL DE COMUNICAÇÃO SOCIAL – SMCS/PMM

DECRETO Nº 152/2025PMM



MUNICÍPIO DE MACAPÁ
SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO
SUBSECRETARIA DE COMPRAS E CONTRATAÇÕES

ANEXO II
BRIEFING

CONCORRÊNCIA Nº XXX/2025
PROCESSO ADMINISTRATIVO Nº XXXX/2025

1.1 Contexto Geral Sobre a Capital do Meio do Mundo

Macapá é a capital do encontro entre hemisférios e afetos: uma cidade amazônica que abraça o Rio Amazonas, celebra o sol no Equinócio e pulsa no ritmo de sua gente — resiliente, criativa e profundamente orgulhosa de suas raízes afro-amazônicas. Com 442.933 habitantes no Censo 2022 e estimativa de 487 mil pessoas em 2024, distribuídas em um território amplo (6.563,8 km²), Macapá concentra boa parte da população e da vida econômica do Amapá, irradiando serviços, oportunidades e cultura para todo o estado. É a única capital brasileira cortada pela Linha do Equador, símbolo que, além de nos pôr no mapa do mundo, nos lembra diariamente que somos ponte: entre Norte e Sul, entre tradição e futuro.

A demografia de Macapá é majoritariamente urbana e jovem, com forte presença de famílias que chegaram de vários municípios do estado e de outras regiões do país e da Amazônia em busca de estudo, trabalho e saúde. Na educação básica, a taxa de escolarização entre 6 e 14 anos supera 95%, reflexo de um esforço contínuo de gestores, escolas e famílias; na saúde, o acompanhamento infantil melhora e a mortalidade infantil segue monitorada e em queda no comparativo de longo prazo — um compromisso coletivo com o cuidado que caracteriza o macapaense.

A nossa economia tem um motor diverso, onde serviços e comércio lideram, mas a logística e o agronegócio vêm ganhando tração graças ao Complexo Portuário de Santana, a poucos quilômetros do centro, que integra Macapá às rotas do Arco Norte. Em 2023, o porto bateu recorde de movimentação, com destaque para grãos como soja e milho — um reforço à vocação exportadora da região e um vetor de emprego, renda e arrecadação para a capital. O status de Área de Livre Comércio de Macapá e Santana (ALCMS), criado por lei federal, confere incentivos fiscais e estimula novos negócios, atraindo investimentos e fortalecendo o varejo, a distribuição e a indústria leve.

Num território ribeirinho e equatorial, infraestrutura é sinônimo de vida com dignidade — e Macapá está virando a chave. O Aeroporto Internacional Alberto Alcolumbre ampliou a capacidade operacional e integra a cidade a hubs como Belém, Brasília e São Paulo, reforçando o turismo e os negócios. Na malha terrestre, a BR-156 segue estratégica para a integração regional, enquanto o transporte fluvial e as rotas de barcos, balsas cargueiras mantêm o ritmo da economia de forma acelerada.

O meio ambiente é a nossa casa grande. O clima é equatorial: meses de chuva generosa alternam com uma estação seca curta, o que molda desde a arquitetura até os hábitos da população. A APA do Rio Curiaú, a poucos minutos do centro, preserva igarapés, várzeas e um conjunto precioso de comunidades quilombolas que mantêm viva a memória de ancestrais, a culinária à base de peixe e a música que ecoa nos tambores. Esse mosaico de natureza e cultura ensina o Brasil inteiro sobre sustentabilidade com pertencimento — conservar é, antes de tudo, cuidar de gente.

Nossa identidade cultural é um orgulho que se canta alto. O Marabaixo — registrado como Patrimônio Cultural do Brasil — é muito mais que festa: é fé, é história, é a batida do nosso coração coletivo. No calendário, ele se soma ao Círio de Nazaré, que todos os anos leva multidões às ruas em romaria, e aos Festivais do Equinócio, quando o sol atravessa o círculo do Marco Zero e lembra que Macapá é palco de um espetáculo astronômico único no país. Na Fortaleza de São José, construída no século XVIII, a cidade se reconhece e renova a certeza de que resistir e celebrar sempre caminharam juntos por aqui.

Nos indicadores sociais, Macapá caminha com os pés no chão e os olhos no alto. O IDHM é de 0,733, e a meta é subir — com políticas que reduzam desigualdades, consolidem a atenção primária em saúde, ampliem creches, escolas em tempo integral e oportunidades para a juventude. Ao mesmo tempo, o dinamismo econômico amplia a base tributária municipal, gerando capacidade de investimento para urbanização de ressacas, moradia digna, mobilidade, parques e praças. Cada obra entrega não é apenas infraestrutura, mas um pedaço de autoestima coletiva: calçadas, iluminação e equipamentos públicos bem cuidados dizem ao morador “você importa”.



MUNICÍPIO DE MACAPÁ
SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO
SUBSECRETARIA DE COMPRAS E CONTRATAÇÕES

Se toda cidade é, no fundo, uma história de gente, a de Macapá é escrita por trabalhadores do comércio que abrem cedo, por feirantes que chegam com açaí e peixe fresco, por devotos que puxam a corda do Círio, por mestres do batuque e do marabaixo que ensinam crianças a cantar o que somos, por empreendedores que inovam nos bairros, por pesquisadores que monitoram rios e florestas, por profissionais de saúde e educação que cuidam do nosso amanhã. Somos uma capital amazônica jovem, de fibra, com um porto que nos conecta ao mundo, um aeroporto que abre voos e horizontes, e uma cultura que nos lembra que Macapá não é passagem: é destino. E, sobretudo, somos um povo que transforma desafios em começo — porque aqui, no meio do mundo, a linha que nos divide também é a linha que nos une.

1.2 Princípios e Diretrizes da Comunicação

A comunicação do Poder Executivo Municipal baseia-se no princípio de que é direito da população ser informada e dever da Prefeitura informar. Deve estar vinculada a objetivos sociais de inquestionável interesse público e assumir caráter educativo, informativo ou de orientação social.

1.3 Objetos Primordiais da Comunicação da Prefeitura de Macapá

A comunicação institucional tem como foco o fortalecimento da cidadania e responde, de forma geral, aos seguintes objetivos:

- a) Disseminar informações sobre assuntos de interesse dos diversos segmentos sociais, relacionados às responsabilidades do poder público municipal;
- b) Estimular a sociedade a participar do debate e da definição de políticas públicas essenciais ao desenvolvimento do município;
- c) Realizar ampla difusão dos direitos do cidadão e dos serviços públicos colocados à sua disposição;
- d) Explicar projetos e políticas de governo propostos pelo Poder Executivo Municipal nas principais áreas de interesse da sociedade;
- e) Promover Macapá no Estado;
- f) Atender às necessidades de informação de clientes e usuários das entidades da administração pública municipal direta e indireta.

1.4 Objetivo da Contratação

Propor campanha para estimular o aumento da vacinação no município, com foco nas ações executadas até agora e seu impacto positivo na vida da população.

As licitantes devem demonstrar compreensão do problema de comunicação, propor a mensagem principal e sua síntese (slogan) e evidenciar desdobramentos e aplicabilidade multitema (roteiros, layouts e textos).

1.5 Contexto e Território

Macapá, capital do Amapá, concentra cerca de 60% da população do estado. É uma cidade marcada pela diversidade cultural e por desigualdades socioeconômicas, o que exige estratégias de comunicação adaptadas a diferentes realidades — do centro urbano às áreas ribeirinhas e comunidades periféricas.

A população enfrenta desafios de acesso a serviços de saúde, deslocamento e informação, o que pode comprometer a adesão às campanhas de imunização.

A Prefeitura tem investido em UBSs com horários ampliados, pontos itinerantes e ações de vacinação em escolas e shoppings, mas ainda precisa superar barreiras de desinformação, esquecimento, medo de efeitos colaterais e baixa adesão em alguns grupos etários.

1.6 Situação Atual da Vacinação (2025)

Metas nacionais:

≥95% de cobertura vacinal infantil (≥90% para BCG e Rotavírus).

≥90% para Influenza em grupos prioritários.

90% para HPV (meninos e meninas 9–14 anos).



MUNICÍPIO DE MACAPÁ
SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO
SUBSECRETARIA DE COMPRAS E CONTRATAÇÕES

≥90% para Covid-19 em crianças (6m–<5a) e reforços semestrais em idosos (60+).

Avanços recentes: aumento da cobertura vacinal em várias doses no 1º quadrimestre de 2025, com destaque para tríplice viral e BCG.

Campanhas em curso: Influenza (com calendário ajustado para o 2º semestre no Norte), HPV em escolas, febre amarela e rotina de Covid-19.

1.7 Problemas que a vacinação evita

Surto de sarampo, rubéola e caxumba, que podem voltar se a cobertura cair.

Hospitalizações por pneumonia, meningite e diarreias graves em crianças.

Complicações de gripe e Covid-19 em idosos e grupos de risco, que sobrecarregam o sistema de saúde.

Perdas de dias letivos e de trabalho, impactando economia e qualidade de vida.

Vacinar significa prevenir mortes, reduzir internações e proteger toda a comunidade.

1.8 Desafios de comunicação da Campanha Simulada

Aumentar a adesão à vacinação de rotina e campanhas sazonais.

Engajar famílias, escolas e comunidades para garantir cobertura mínima de 90% em todas as metas.

Reforçar a imagem de uma gestão pública comprometida com a saúde preventiva.

Combater desinformação com comunicação clara, simples e empática.

1.9 Público-Alvo

Primário: pais, mães e responsáveis de crianças até 14 anos; idosos (60+); gestantes.

Secundário: professores, agentes comunitários, líderes comunitários e religiosos, que funcionam como multiplicadores.

Terciário: toda a população de Macapá, incentivando o senso coletivo de proteção.

1.10 Tom e Linguagem

Popular, direto e de fácil compreensão.

Positivo e inspirador, reforçando orgulho local e o sentimento de cuidado coletivo.

Uso de expressões culturais locais para maior proximidade.

1.11 Pressupostos de Ação

Utilização de meios eletrônicos tradicionais, não mídia e meios digitais, de forma planejada, integrada e coesa. Todo o trabalho de Comunicação Institucional será centralizado pela Secretaria Municipal de Comunicação Social, que demandará e coordenará as atividades.

1.12 Diretrizes de Execução

Continuidade: sedimentar o Executivo municipal como o poder mais próximo do cidadão, base para comunicação regular;

Abrangência de público: atingir todos os estratos sociais e regiões de Macapá (e entorno, quando pertinente);

Abrangência geográfica: foco no município, com extensão a municípios vizinhos quando necessário ao objetivo da mensagem;

Mix de mídia: veículos de largo alcance (on/off) e canais digitais, incluindo recursos próprios da Prefeitura de Macapá;

Identidade: capilaridade e adaptação às particularidades de diferentes públicos e comunidades;

Unidade de linguagem e conteúdo: elementos formais unificadores (linguagem, assinatura, trilha, design);

Impacto persuasivo: mensagens criativas, atraentes e persuasivas, com alto potencial de atenção e lembrança.

1.13 Parâmetros para o Exercício Criativo

A proposta técnica (campanha simulada) deverá ser desenvolvida dentro do limite referencial de R\$ 500.000,00



MUNICÍPIO DE MACAPÁ
SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO
SUBSECRETARIA DE COMPRAS E CONTRATAÇÕES

(quinhentos mil reais). Todos os custos de criação, produção, veiculação deverá estar contidos nesta verba referencial.

1.14 Período de veiculação

O Plano de Mídia deverá prever a veiculação da campanha criada para um período de 30 dias.

Recursos próprios de comunicação: Redes Sociais Perfil no Facebook @PrefeituradeMacapa - 154 mil seguidores; Perfil no Twitter - @PMMacapa - 33,7 mil seguidores; Perfil no Instagram - @PrefeituradeMacapa - 207 mil seguidores; Perfil no Instagram - @PrefeituradeMacapa - 207 mil seguidores; Perfil no YouTube – youtube.com/PrefeituradeMacapaOficial - 17,6 mil inscritos; Página no Flickr - www.flickr.com/photos/prefeituramacapa/ - 2,9 milhões de visualizações num acervo de 71.893 fotos; Site da Prefeitura – macapa.ap.gov.br; Portal da Transparência – transparencia.macapa.ap.gov.br; Ouvidoria - macapa.ap.gov.br/unidade-administrativa/ouvidoria/.

Marca: Brasão do Município.

1.15 Entregas Esperadas das Licitantes

Posicionamento central da campanha e slogan;

Peças-matriz e adaptações multiformato (on/off/digital);

Propostas de roteiros e layouts;

Plano de mídia sintético

Indicadores de avaliação;

Proposta de endomarketing (ações para servidores, quando pertinente).

1.16 Observância Legal

A execução dos serviços deverá respeitar a legislação aplicável às contratações de publicidade no setor público. As propostas devem observar os princípios da administração pública e os princípios da comunicação pública, interesse público, transparência, educação e orientação social.

XXXXXXXXXX



MUNICÍPIO DE MACAPÁ
SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO
SUBSECRETARIA DE COMPRAS E CONTRATAÇÕES

ANEXO III
MODELO DE PROPOSTA DE PREÇOS

Concorrência nº 023/2025

Processo Administrativo nº 26.101.02.28/2025-SMCS/PMM

1. Preços sujeitos a valoração

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

a) Desconto de% (.....por cento), a ser concedido ao CONTRATANTE, sobre os custos internos dos serviços executados por esta licitante, baseados na tabela referencial de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Pará, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;

b) Honorários de% (.....por cento), a serem cobrados do 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, nos termos do subitem 3.6.1 das Normas-Padrão do CENP;

c) Honorários de% (.....por cento), a serem cobrados do CONTRATANTE, nos casos em que a sua responsabilidade se limitar exclusivamente à contratação ou pagamento do serviço ou suprimento, a serem calculados sobre o valor respectivo, nos termos do subitem 3.6.2 das Normas-Padrão do CENP;

d) Honorários de% (.....por cento), a serem cobrados do CONTRATANTE, incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão desta 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.

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 IX).

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

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



MUNICIPIO DE MACAPÁ
SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO
SUBSECRETARIA DE COMPRAS E CONTRATAÇÕES

12.232/2010.

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

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

(Local e data)

(Assinatura do representante legal) (Nome e função da pessoa que assinar)

OBSERVAÇÃO: Este modelo deverá ser devidamente preenchido com as informações pertinentes e em papel timbrado da empresa.



MUNICÍPIO DE MACAPÁ
SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO
SUBSECRETARIA DE COMPRAS E CONTRATAÇÕES

ANEXO IV
MODELO DE DECLARAÇÃO DE PLENO CONHECIMENTO E ACEITAÇÃO DO EDITAL

Concorrência nº 023/2025
Processo Administrativo nº 26.101.02.28/2025-SMCS/PMM

Prezados Senhores,

Em atenção ao Edital de Concorrência nº **023/2025**, declaramos que

1. Concordamos com suas disposições e de seus Anexos.
2. Comprometemo-nos a garantir o prazo de validade dos preços e condições constantes da presente proposta por 90 (noventa) dias a partir da data da apresentação da proposta.
3. Teremos os equipamentos e/ou materiais e/ou pessoal disponíveis, em perfeitas condições para iniciar os serviços objeto desta licitação, de acordo com a (s) disponibilidade (s) discriminada (s) no ato convocatório e seus Anexos.
4. Temos pleno conhecimento dos serviços objeto desta Licitação e asseguramos ter plenas condições gerais para realização dos serviços previstos no Edital e demais condições constantes da minuta do Contrato.
5. Na hipótese de nossa empresa vir a ser a vencedora da presente Licitação, o(s) representante(s) legal(s) para a assinatura do contrato será o (a):

(Local e data)

(Assinatura do representante legal) (Nome e função da pessoa que assinar)

OBSERVAÇÃO: Este modelo deverá ser devidamente preenchido com as informações pertinentes e em papel timbrado da empresa.



MUNICÍPIO DE MACAPÁ
SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO
SUBSECRETARIA DE COMPRAS E CONTRATAÇÕES

ANEXO V
MODELO DE PROCURAÇÃO DE
CREDENCIAMENTO

Concorrência nº 023/2025

Processo Administrativo nº 26.101.02.28/2025-SMCS/PMM

Prezados Senhores,

Em atendimento ao disposto no Edital da Concorrência XXX/2025 em referência, credenciamos o(a) Sr.(a)_____, portador (a) da carteira de identidade nº_____, CPF/MF nº _____, para representar a empresa_____, inscrita no CNPJ sob o nº _____ no referido processo licitatório, com plenos poderes para prestar esclarecimentos, tomar deliberações, assinar atas, formular impugnações, interpor recurso, renunciar ao direito de interpor recurso, renunciar a recurso interposto, negociar preços e condições, assinar termos de compromisso e tudo o mais que se faça necessário à plena participação de nossa empresa na presente licitação.

(Local e data)

(Assinatura do representante legal) (Nome e função da pessoa que assinar)

OBS:

A DECLARAÇÃO DEVERÁ SER IMPRESSA EM PAPEL TIMBRADO DA EMPRESA LICITANTE, ASSINADA POR REPRESENTANTE LEGAL, DEVENDO SUA ASSINATURA ESTAR DEVIDAMENTE RECONHECIDA EM CARTÓRIO. DEVERÁ SER JUNTADA A COMPROVAÇÃO DOS PODERES DE REPRESENTAÇÃO DO SIGNATÁRIO



MUNICÍPIO DE MACAPÁ
SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO
SUBSECRETARIA DE COMPRAS E CONTRATAÇÕES

ANEXO VI
MODELO DE DECLARAÇÃO QUANTO AO TRABALHO DO MENOR

Concorrência nº 023/2025
Processo Administrativo nº 26.101.02.28/2025-SMCS/PMM

Prezados Senhores,

Em atenção ao Edital de Concorrência nº **023/2025**, declaramos que:

Conforme o inciso XXXIII do art. 7º da Constituição Federal, e para os fins de habilitação em licitação, declaramos que não empregamos menores de 18 (dezoito) anos, tampouco em trabalho noturno, perigoso ou insalubre, bem como não empregamos menor de 16 (dezesseis) anos, salvo na condição de menor aprendiz, a partir de 14 (quatorze) anos.

(Local e data)

(Assinatura do representante legal) (Nome e função da pessoa que assinar)

OBSERVAÇÃO: Este modelo deverá ser devidamente preenchido com as informações pertinentes e em papel timbrado da empresa.



MUNICÍPIO DE MACAPÁ
SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO
SUBSECRETARIA DE COMPRAS E CONTRATAÇÕES

ANEXO VII

TERMO DE DECLARAÇÃO DE MICROEMPRESA OU EMPRESA DE PEQUENO PORTE

Concorrência nº 023/2025

Processo Administrativo nº 26.101.02.28/2025-SMCS/PMM

A empresa _____, com sede na cidade de _____, na (rua, avenida, etc) _____ inscrita no CNPJ nº _____, por intermédio de seu representante legal _____, portador da Carteira de Identidade nº _____ e do CPF nº _____ DECLARA, sob as penalidades da Lei, que se enquadra como Microempresa ou Empresa de Pequeno Porte, nos termos do art. 3º da Lei Complementar nº 123/2006, estando apta a fruir os benefícios e vantagens legalmente instituídas por não se enquadrar em nenhuma das vedações legais impostas pelo § 4º do art.3º do referido diploma legal.

(Local e data)

(Assinatura do representante legal) (Nome e função da pessoa que assinar)

OBSERVAÇÃO: Este modelo deverá ser devidamente preenchido com as informações pertinentes e em papel timbrado da empresa.



MUNICÍPIO DE MACAPÁ
SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO
SUBSECRETARIA DE COMPRAS E CONTRATAÇÕES

ANEXO VIII

MODELO DE DECLARAÇÃO DE ELABORAÇÃO INDEPENDENTE DE PROPOSTA

Concorrência nº 023/2025

Processo Administrativo nº 26.101.02.28/2025-SMCS/PMM

(Representante legal) _____, portador da Carteira de Identidade nº _____ e do CPF nº _____ como representante devidamente constituído de (Identificação completa da licitante) doravante denominado Licitante, para fins do disposto no item 4.2 Edital CONCORRÊNCIA Nº XXX/20XX, declara, sob as penas da lei, em especial o art. 299 do Código Penal Brasileiro, que:

- a) A proposta apresentada para participar da CONCORRÊNCIA Nº XXX/2025 foi elaborada de maneira independente pelo Licitante, e o conteúdo da proposta não foi, no todo ou em parte, direta ou indiretamente, informado, discutido ou recebido de qualquer outro participante potencial ou de fato da CONCORRÊNCIA Nº XXX/2025, por qualquer meio ou por qualquer pessoa;
- b) A intenção de apresentar a proposta elaborada para participar da CONCORRÊNCIA Nº XXX/2025 não foi informada, discutida ou recebida de qualquer outro participante potencial ou de fato da CONCORRÊNCIA Nº XXX/2025, por qualquer meio ou por qualquer pessoa;
- c) Que não tentou, por qualquer meio ou por qualquer pessoa, influir na decisão de qualquer outro participante potencial ou de fato da CONCORRÊNCIA Nº XXX/2025 quanto a participar ou não da referida licitação;
- d) Que o conteúdo da proposta apresentada para participar da CONCORRÊNCIA Nº XXX/2025 não será, no todo ou em parte, direta ou indiretamente, comunicado ou discutido com qualquer outro participante potencial ou de fato da CONCORRÊNCIA Nº XXX/20XX antes da adjudicação do objeto da referida licitação;
- e) Que o conteúdo da proposta apresentada para participar da CONCORRÊNCIA Nº XXX/2025 não foi, no todo ou em parte, direta ou indiretamente, informado, discutido ou recebido de qualquer integrante da Secretaria Municipal de Comunicação Social – SEMCOM antes da abertura oficial das propostas; e
- f) Que está plenamente ciente do teor e da extensão desta declaração e que detém plenos poderes e informações para firmá-la.

(Local e data)

(Assinatura do representante legal) (Nome e função da pessoa que assinar)

OBSERVAÇÃO: Este modelo deverá ser devidamente preenchido com as informações pertinentes e em papel timbrado da empresa.



MUNICÍPIO DE MACAPÁ
SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO
SUBSECRETARIA DE COMPRAS E CONTRATAÇÕES
ANEXO IX

CONTRATO Nº XXXXX/2025 – SMCS/PMM

MINUTA DE CONTRATO

**CONTRATO PARA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE
PUBLICIDADE QUE, ENTRE SI, FAZEM O MUNICÍPIO DE
MACAPÁ, POR INTERMÉDIO DA SECRETARIA
MUNICIPAL DE COMUNICAÇÃO SOCIAL - SMCS, E A
_____ AGÊNCIA CONTRATADA.**

O MUNICÍPIO DE MACAPÁ/AP, pessoa jurídica de direito público interno, inscrito no CNPJ/MF sob o nº XX.XXX.XXX/XXXX-X, com sede na Avenida FAB, S/nº, Bairro Centro, Macapá/AP, doravante denominado CONTRATANTE, neste ato representado pelo Coordenador Municipal de Comunicação, _____, nacionalidade, estado civil, profissão, portador do CPF nº _____ e da CI nº _____, residente _____, e a Empresa _____, pessoa jurídica de direito privado, inscrita no CNPJ/MF sob o nº _____, estabelecida na _____ doravante denominada CONTRATADA, representada pelo (a) Sr. (a) _____, nacionalidade, estado civil, profissão, portador do CPF nº _____ e da CI nº _____, residente _____, tendo em vista o julgamento da CPL datado de _____, objeto da Concorrência Pública nº XXX/XXXX, devidamente homologado pelo Secretário Municipal de Comunicação, resolvem assinar o presente CONTRATO, que reger-se-á pelas cláusulas e condições seguintes:

CLÁUSULA PRIMEIRA – LEGISLAÇÃO E DOCUMENTOS VINCULADOS

1.1 O presente contrato reger-se-á pelas disposições da Lei nº 12.232/2010, 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 6.555/2008, do Decreto nº 57.690/1966, do Decreto nº 4.563/2002.

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

CLAÚSULA – 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.

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.



MUNICÍPIO DE MACAPÁ
SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO
SUBSECRETARIA DE COMPRAS E CONTRATAÇÕES

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.

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

CLÁUSULA TERCEIRA – VIGENCIA

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 do art. 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 XXX/2025, que deu origem a este instrumento, está estimado em R\$ XX.000.000,00 (XXX milhão de reais).

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:

Unidade Gestora: Secretaria Municipal de Comunicação Social-SMCS/PMM.		
Programa	XXXXXXXXXXXXXXXXXX	Manutenção SMCS/PMM
Categoria Econômica	XXXXXXXXXXXXXXXXXX	Outros serviços de terceiros pessoa jurídica
Fonte de Recurso	XXXXXXXXXXXXXXXXXX	Recursos não vinculados a impostos

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

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

4.5 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.



MUNICÍPIO DE MACAPÁ
SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO
SUBSECRETARIA DE COMPRAS E CONTRATAÇÕES

CLAUSULA 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 Centralizar o comando da publicidade da **CONTRATANTE** em Macapá/AP, onde, para esse fim, manterá escritório, sucursal ou filial. 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, em Macapá/AP, estrutura de atendimento compatível com o volume e a característica dos serviços a serem prestados à **CONTRATANTE**, representada, no mínimo, pelos seguintes profissionais e respectivas qualificações, 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;

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.

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

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

IV - 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;



MUNICÍPIO DE MACAPÁ
SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO
SUBSECRETARIA DE COMPRAS E CONTRATAÇÕES

V - 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;

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, realizando 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 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.

5.1.7.5 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.

5.1.7.6 As disposições do subitem 5.1.7 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**.

5.1.9 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 vigorará 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



MUNICÍPIO DE MACAPÁ
SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO
SUBSECRETARIA DE COMPRAS E CONTRATAÇÕES

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 DVD 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 DVD, caso atenda à solicitação da **CONTRATANTE**.

5.1.13 Prestar os seguintes serviços à **CONTRATANTE**, como resultado da concorrência que deu origem a este instrumento:

- a) manutenção de acervo da propaganda da **CONTRATANTE**, em meio virtual, com as peças produzidas durante a execução deste contrato e as respectivas informações referentes a direitos autorais e prazos de validade desses direitos;
- b) manutenção de banco de imagens, com as fotos e imagens produzidas durante a execução deste contrato e as respectivas informações referentes a direitos autorais e prazos de validade desses direitos.

5.1.13.1 O banco de imagens será constituído e mantido pela agência contratada em decorrência do certame que deu origem a este instrumento, a suas expensas, reservada a **CONTRATANTE** a faculdade de liberar seu uso a quem lhe aprouver.

5.1.14 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. e 5.1.13.

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

5.1.16 Tomar providências, imediatamente, em casos de alterações, rejeições, cancelamentos ou interrupções de um ou mais serviços, mediante comunicação da **CONTRATANTE**, respeitadas as obrigações contratuais já assumidas com fornecedores 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.

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

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

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

5.1.20 Manter, durante a execução deste contrato, todas as condições de habilitação 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.

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

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

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

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

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

5.1.26 Executar todos os contratos, tácitos ou expressos, firmados com fornecedores de bens e de serviços



MUNICÍPIO DE MACAPÁ
SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO
SUBSECRETARIA DE COMPRAS E CONTRATAÇÕES

especializados e com veículos de divulgação, bem como responder por todos os efeitos desses contratos, perante seus signatários e a própria **CONTRATANTE**.

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

5.1.27.1 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.

5.1.29 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.

5.1.30 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**.

5.1.31 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.

5.1.31.1 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.

5.1.32 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.

5.1.33 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 e regulamentado pelo Decreto nº 7.746/2012.

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



MUNICÍPIO DE MACAPÁ
SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO
SUBSECRETARIA DE COMPRAS E CONTRATAÇÕES

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 Percentual de desconto _____ % (_____ por cento), a ser concedido ao **CONTRATANTE**, sobre os custos internos dos serviços executados pela licitante, baseados na tabela referencial de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Pará, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965.

8.1.1.1 Os *layouts*, roteiros e similares reprovados não serão cobrados pela **CONTRATADA**.

8.1.2 Percentual de honorários de% (.....por cento), a serem cobrados do **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, nos termos do subitem 3.6.1 das Normas-Padrão do CENP;

8.1.3 Percentual de honorários% (.....por cento), a serem cobrados do **CONTRATANTE**, nos casos em que a sua responsabilidade se limitar exclusivamente à contratação ou pagamento do serviço ou suprimento, a serem calculados sobre o valor respectivo, nos termos do subitem 3.6.2 das Normas-Padrão do CENP;

8.1.4 Percentual de honorários% (.....por cento), a serem cobrados do **CONTRATANTE**, incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão desta 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.

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**.



MUNICÍPIO DE MACAPÁ
SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO
SUBSECRETARIA DE COMPRAS E CONTRATAÇÕES

8.3 A **CONTRATADA** não fará jus a nenhuma remuneração ou desconto de agência quando da utilização, pela **CONTRATANTE**, de créditos que a esta tenham sido eventualmente concedidos por veículos de divulgação, em qualquer ação publicitária pertinente a este contrato.

8.4 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.

8.4.1 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.

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

CLÁUSULA NOVA – DESCONTO DE AGENCIA

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.

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, sem que caiba a ela ou à **CONTRATANTE** qualquer ônus perante a **CONTRATADA**.

10.1.3.1 Caberá a esses órgãos ou entidades, diretamente ou por intermédio das agências 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 Geral de Preços de Mercado (IGP-M) Coluna 7, publicado pela Revista Conjuntura Econômica 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.

10.2.2 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.



MUNICÍPIO DE MACAPÁ
SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO
SUBSECRETARIA DE COMPRAS E CONTRATAÇÕES

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) Coluna 7, publicado pela Revista Conjuntura Econômica 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 Federal. 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 05.995.766/0001-77, 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 I - 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 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 **CONTRATANTE**, sendo observados ainda os procedimentos previstos no contrato quanto à regularidade de contratação e de comprovação de execução.”



MUNICÍPIO DE MACAPÁ
SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO
SUBSECRETARIA DE COMPRAS E CONTRATAÇÕES

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 em rede nacional 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 **CONTRATADA** 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**.

11.3 O pagamento das despesas será feito fora o mês de produção ou veiculação, 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 I - 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.

11.4.1 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



MUNICÍPIO DE MACAPÁ
SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO
SUBSECRETARIA DE COMPRAS E CONTRATAÇÕES

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;

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.

11.4.2 As formas de comprovação de veiculação em mídias não previstas nas alíneas 'a', 'b' e 'c' do subitem 11.4.1 serão estabelecidas formalmente pela **CONTRATANTE**, antes da autorização do respectivo plano de mídia.

11.5 Antes da efetivação dos pagamentos será realizada a comprovação de regularidade da **CONTRATADA**, mediante consulta *on-line*, no Sistema Oficial de Registro Cadastral Unificado e no site do Tribunal Superior do Trabalho.

11.5.1 Se a **CONTRATADA** apresentar documentação obrigatória vencida, deverá apresentar Certificado de Regularidade de Situação do Fundo de Garantia do Tempo de Serviço - FGTS, Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas - CNDT, Certidão Conjunta Negativa de Débitos Relativos a Tributos Federais e à Dívida Ativa da União, expedida por órgãos da Secretaria da Receita Federal do Brasil e da Procuradoria Geral da Fazenda Nacional e certidões negativas de débitos expedidas por órgãos das Secretarias de Fazenda do Estado e do Município.

11.6 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.

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

11.7 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:

$$AF = [(1 + IPCA/100)^{N/30} - 1] \times VP$$

Onde:

AF: Atualização financeira;

IPCA: Percentual atribuído ao Índice de Preços ao Consumidor Amplo;

VP: Valor da parcela a ser paga;

N: Número de dias entre a data prevista para o pagamento e a do efetivo pagamento.

11.7.1 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.

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

11.9 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.

11.9.1 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 décimo dia de cada mês com a consolidação dos pagamentos efetuados no mês imediatamente anterior.

11.9.1.1 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.



MUNICÍPIO DE MACAPÁ
SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO
SUBSECRETARIA DE COMPRAS E CONTRATAÇÕES

11.9.2 O não cumprimento do disposto nos subitens 11.9 e 11.9.1 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.

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

11.9.2.2 Caracterizada a inexecução contratual pelos motivos expressos no subitem 11.9.2, 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.

11.9.2.3 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.

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

11.10 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 - REAJUSTE

12.1 O preço dos Produtos e Serviços Essenciais poderá ser reajustado, sendo observada a periodicidade anual, contada da data limite para apresentação da proposta ou do último reajuste, com base na variação comprovada dos preços ocorrida no período.

12.1.1 A **CONTRATADA** deverá apresentar à **CONTRATANTE**, com antecedência mínima de 30 (trinta) dias do vencimento do contrato, o pedido de reajuste do valor a ser praticado nos 12 (doze) meses subsequentes.

12.1.2 É vedada a inclusão de benefícios não previstos na proposta inicial, exceto quando se tornarem obrigatórios por força de instrumento legal, Acordo, Convenção ou Dissídio Coletivo de Trabalho, observado o Art. 6º da Instrução Normativa MP nº 5/2017.

CLÁUSULA DÉCIMA TERCEIRA – GARANTIA DE EXECUÇÃO

13.1 Será exigida, na assinatura do Contrato, prestação de Garantia em favor da Prefeitura Municipal de Macapá- PMM, correspondente a 2% (dois por cento) do valor mencionado no Objeto especificado no Edital do referido certame, em uma das modalidades previstas no arts. 96 e seguintes da Lei Federal nº 14.133, de 2021, à escolha da licitante vencedora, no de prazo de 30 (trinta) dias após assinatura deste instrumento contratual.

13.2 Sem prejuízo das sanções previstas na Lei e no Contrato, a não prestação da garantia exigida será considerada como recusa injustificada em assinar o Contrato, mesmo que este já tenha sido assinado, implicando na imediata anulação na Nota de Empenho emitida e na responsabilização da **CONTRATADA**.

13.3 A garantia em dinheiro deverá ser efetuada em favor da Prefeitura Municipal de Macapá- PMM, DEPÓSITO DE CAUÇÃO, no Banco xxxxxxxx, Agência xxxxxxxx, conta corrente xxxxxxxx, com correção monetária pelo Índice de Preços ao Consumidor Amplo – IPCA, apurado pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE).

13.4 No caso de alteração do valor do Contrato, ou prorrogação de sua vigência, a garantia deverá ser readequada ou renovada nas mesmas condições.

CLÁUSULA DÉCIMA QUARTA – SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

14.1. Comete infração administrativa, nos termos da Lei nº 14.133, de 2021, o contratado que:

- a) der causa à inexecução parcial do contrato;
- b) der causa à inexecução parcial do contrato que cause grave dano à Administração ou ao funcionamento dos serviços públicos ou ao interesse coletivo;
- c) der causa à inexecução total do contrato;
- d) ensejar o retardamento da execução ou da entrega do objeto da contratação sem motivo justificado;
- e) apresentar documentação falsa ou prestar declaração falsa durante a execução do contrato;
- f) praticar ato fraudulento na execução do contrato;



MUNICÍPIO DE MACAPÁ
SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO
SUBSECRETARIA DE COMPRAS E CONTRATAÇÕES

- g) comportar-se de modo inidôneo ou cometer fraude de qualquer natureza;
h) praticar ato lesivo previsto no art. 5ª da Lei nº 12.846, de 1º de agosto de 2013.

14.2 Serão aplicadas ao contratado que incorrer nas infrações acima descritas as seguintes sanções:

- I - Advertência**, quando o contratado der causa à inexecução parcial do contrato, sempre que não se justificar a imposição de penalidade mais grave (art. 156, §2º, da Lei nº 14.133, de 2021);
- II - Impedimento de licitar e contratar**, quando praticadas as condutas descritas nas alíneas “b”, “c” e “d” do subitem acima deste Contrato, sempre que não se justificar a imposição de penalidade mais grave (art. 156, § 4º, da Lei nº 14.133, de 2021);
- III - Declaração de inidoneidade para licitar e contratar**, quando praticadas as condutas descritas nas alíneas “e”, “f”, “g” e “h” do subitem acima deste Contrato, bem como nas alíneas “b”, “c” e “d”, que justifiquem a imposição de penalidade mais grave (art. 156, §5º, da Lei nº 14.133, de 2021).

IV - Multa:

1. Moratória de 0,5% (cinco décimos por cento) por dia de atraso injustificado sobre o valor da parcela inadimplida, até o limite de 30 (trinta) dias;
2. Moratória de 0,07% (sete centésimos por cento) do valor total do contrato por dia de atraso injustificado, até o máximo de 2% (dois por cento), pela inobservância do prazo fixado para apresentação, suplementação ou reposição da garantia.
 - a) O atraso superior a 30 (trinta) dias autoriza a Administração a promover a extinção do contrato por descumprimento ou cumprimento irregular de suas cláusulas, conforme dispõe o inciso I do art. 137 da Lei n. 14.133, de 2021.
1. Compensatória, para as infrações descritas nas alíneas “e” a “h” do subitem 14.1, de 1% a 15% do valor do Contrato.
2. Compensatória, para a inexecução total do contrato prevista na alínea “c” do subitem 14.1, de 2% a 20% do valor do Contrato.
3. Para infração descrita na alínea “b” do subitem 14.1, a multa será de 1% a 15% do valor do Contrato.
4. Para infrações descritas na alínea “d” do subitem 14.1, a multa será de 1% a 15% do valor do Contrato.
5. Para a infração descrita na alínea “a” do subitem 14.1, a multa será de 1% a 15% do valor do Contrato.

14.3 A aplicação das sanções previstas neste Contrato não exclui, em hipótese alguma, a obrigação de reparação integral do dano causado ao Contratante (art. 156, §9º, da Lei nº 14.133, de 2021).

14.4 Todas as sanções previstas neste Contrato poderão ser aplicadas cumulativamente com a multa (art. 156, §7º, da Lei nº 14.133, de 2021).

14.4.1 Antes da aplicação da multa será facultada a defesa do interessado no prazo de 15 (quinze) dias úteis, contado da data de sua intimação (art. 157, da Lei nº 14.133, de 2021).

14.5 Se a multa aplicada e as indenizações cabíveis forem superiores ao valor do pagamento eventualmente devido pelo Contratante ao Contratado, além da perda desse valor, a diferença será descontada da garantia prestada ou será cobrada judicialmente (art. 156, §8º, da Lei nº 14.133, de 2021).

14.6 A aplicação das sanções realizar-se-á em processo administrativo que assegure o contraditório e a ampla defesa ao Contratado, observando-se o procedimento previsto no **caput** e parágrafos do art. 158 da Lei nº 14.133, de 2021, para as penalidades de impedimento de licitar e contratar e de declaração de inidoneidade para licitar ou contratar.

14.7 Na aplicação das sanções serão considerados (art. 156, §1º, da Lei nº 14.133, de 2021):

- a) a natureza e a gravidade da infração cometida;
- b) as peculiaridades do caso concreto;
- c) as circunstâncias agravantes ou atenuantes;
- d) os danos que dela provierem para o Contratante;
- e) a implantação ou o aperfeiçoamento de programa de integridade, conforme normas e orientações dos órgãos de controle.

14.8 Os atos previstos como infrações administrativas na Lei nº 14.133, de 2021, ou em outras leis de licitações e contratos da Administração Pública que também sejam tipificados como atos lesivos na Lei nº 12.846, de 2013, serão apurados e julgados conjuntamente, nos mesmos autos, observados o rito procedimental e autoridade competente definidos na referida Lei (art. 159).

14.9 A personalidade jurídica do Contratado poderá ser desconsiderada sempre que utilizada com abuso do direito para facilitar, encobrir ou dissimular a prática dos atos ilícitos previstos neste Contrato ou para provocar confusão patrimonial, e, nesse caso, todos os efeitos das sanções aplicadas à pessoa jurídica serão estendidos aos seus administradores e sócios



MUNICÍPIO DE MACAPÁ
SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO
SUBSECRETARIA DE COMPRAS E CONTRATAÇÕES

com poderes de administração, à pessoa jurídica sucessora ou à empresa do mesmo ramo com relação de coligação ou controle, de fato ou de direito, com o Contratado, observados, em todos os casos, o contraditório, a ampla defesa e a obrigatoriedade de análise jurídica prévia (art. 160, da Lei nº 14.133, de 2021).

14.10 O Contratante deverá, no prazo máximo de 15 (quinze) dias úteis, contado da data de aplicação da sanção, informar e manter atualizados os dados relativos às sanções por ela aplicadas, para fins de publicidade no Cadastro Nacional de Empresas Inidôneas e Suspensas (Ceis) e no Cadastro Nacional de Empresas Punidas (Cnep), instituídos no âmbito do Poder Executivo Federal. (Art. 161, da Lei nº 14.133, de 2021).

14.10.1 O valor das multas deverá ser recolhido no prazo máximo de 10 (dez) dias corridos, a contar da data do recebimento da comunicação enviada pela **CONTRATANTE**.

14.11 As sanções de impedimento de licitar e contratar e declaração de inidoneidade para licitar ou contratar são passíveis de reabilitação na forma do art. 163 da Lei nº 14.133/21.

CLÁUSULA DÉCIMA QUINTA - RESCISÃO

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

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

15.3 A extinção nesta hipótese 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.

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

15.5 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 14.133/21, bem como amigavelmente, assegurados o contraditório e a ampla defesa.

15.5.1 Nesta hipótese, aplicam-se também os artigos 138 e 139 da mesma Lei.

15.5.2 A alteração social ou a modificação da finalidade ou da estrutura da empresa não ensejará a extinção se não restringir sua capacidade de concluir o contrato.

15.5.2.1 Se a operação implicar mudança da pessoa jurídica contratada, deverá ser formalizado termo aditivo para alteração subjetiva.

15.6 O termo de extinção, sempre que possível, será precedido:

15.6.1 Balanço dos eventos contratuais já cumpridos ou parcialmente cumpridos;

15.6.2 Relação dos pagamentos já efetuados e ainda devidos;

15.6.3 Indenizações e multas.

15.7 A extinção do contrato não configura óbice para o reconhecimento do desequilíbrio econômico-financeiro, hipótese em que será concedida indenização por meio de termo indenizatório (art. 131, caput, da Lei nº 14.133, de 2021).

15.8 O contrato poderá ser extinto caso se constate que o contratado mantém vínculo de natureza técnica, comercial, econômica, financeira, trabalhista ou civil com dirigente do órgão ou entidade contratante ou com agente público que tenha desempenhado função na licitação ou atue na fiscalização ou na gestão do contrato, ou que deles seja cônjuge, companheiro ou parente em linha reta, colateral ou por afinidade, até o terceiro grau (art. 14, inciso IV, da Lei nº 14.133, de 2021).

CLÁUSULA DÉCIMA SEXTA – DISPOSIÇÕES GERAIS

16.1 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.

16.2 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**, nos termos do art. 7º do Decreto nº 7.203/2010.

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

16.4 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.



MUNICÍPIO DE MACAPÁ
SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO
SUBSECRETARIA DE COMPRAS E CONTRATAÇÕES

16.5 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.

16.6 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.

16.6.1 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 SÉTIMA - PUBLICAÇÃO

17.1 Incumbirá ao contratante divulgar o presente instrumento no **Portal Nacional de Contratações Públicas (PNCP)**, na forma prevista no art. 94 da Lei 14.133, de 2021, bem como no respectivo sítio oficial na Internet, em atenção ao art. 91, caput, da Lei n.º 14.133, de 2021, e ao art. 8º, §2º, da Lei n. 12.527, de 2011.

CLÁUSULA DÉCIMA OITAVA - FORO

18.1 As questões decorrentes da execução deste contrato que não puderem ser dirimidas administrativamente serão processadas e julgadas no foro de Macapá/AP.

E, por estarem justos e acordados, assinam o presente contrato em 02 (duas) vias

CONTRATANTE

CONTRATADA

Testemunhas:

Nome:

Nome:



MUNICÍPIO DE MACAPÁ
SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO
SUBSECRETARIA DE COMPRAS E CONTRATAÇÕES

EXTRATO DO TERMO DE CONTRATO Nº XXXX/202X-SMCS/PMM

CONTRATANTE: O MUNICÍPIO DE MACAPÁ, por intermédio da SECRETARIA MUNICIPAL DE COMUNICAÇÃO SOCIAL - SMCS, CNPJ nº XXXXXXXXXXXXXXXX, com sede na Avenida FAB, S/nº, Bairro Centro, Macapá/AP, representado neste ato através de sua Secretária Municipal de comunicação social XXXXXXXXXXXXXXXX, DECRETO Nº XXX/XXX - PMM;

CONTRATADA: Empresa XXXXXXXXXXXXXXXX, CNPJ sob nº XX.XXX.XXX/XXX-XX, com sede XXXXXXXXXXXX, nº XXXXX, XXXXXXXXXXXX, XXXXX, CEP XXXXXXXXXXXX, neste ato representado por XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX;

FUNDAMENTO LEGAL: Art. 37, inciso XXI da Constituição Federal, nas normas definidas na Lei nº 14.133/2021, no edital e seus anexos da concorrência Nº XXXX/XXX, bem como a ATA DE REGISTRO DE PREÇOS Nº XXXXX-, conforme PROCESSO ADMINISTRATIVO nº XXXX/202x – SMCS/PMM.

OBJETO: CONTRATAÇÃO DE EMPRESA PARA EXECUTAR SERVIÇOS DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA, PARA ATENDER AS NECESSIDADES DA SECRETARIA MUNICIPAL DE COMUNICAÇÃO SOCIAL DE MACAPÁ;

VIGÊNCIA: A vigência do contrato será de 12 (doze) meses, com início em XX de XX de 202X, e término em XX de XX de 202X, nos termos do artigo 107, da Lei nº 14.133/2021, contados a partir da data de sua assinatura, com validade e eficácia legal após a publicação do seu extrato no sítio eletrônico Oficial do Município.

PREÇO: R\$ XXXXXXXXXXXX (XXXXXXXXXXXXXXXXXXXX);

DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA: AÇÃO: XXXXXXXXXXXX; PROGRAMA DE TRABALHO: XXXXXXXXXXXX; ELEMENTO DE DESPESA: XXXXXX; FONTE: XXXXXXXX.

Macapá-AP, XX de XXXXXXXX de XXXX.

XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX
SECRETÁRIA MUNICIPAL DE COMUNICAÇÃO SOCIAL- SMCS
DECRETO Nº XXXXXXXXXXXX
CONTRATANTE

XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX
CNPJ XXXXXXXXXXXXXXXX
CONTRATADA



MUNICÍPIO DE MACAPÁ
SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO
SUBSECRETARIA DE COMPRAS E CONTRATAÇÕES

ANEXO X
MINUTA DA ATA

(PROCESSO ADMINISTRATIVO Nº XXX/2025 – SMCS/PMM)
ATA DE REGISTRO DE PREÇOS Nº XXX/XXXX

O MUNICÍPIO DE MACAPÁ, por intermédio da SECRETARIA XXXXXXXXXXXXXXXX, COMO ÓRGÃO GERENCIADOR, com sede na xxxxxxxxxx, nº. xxxx, Bairro xxxxx, CEP: xxxxxxxx, na cidade de Macapá - Amapá, neste ato representado pela sua Gestora, o (a) Secretário (a) Municipal de Comunicação Social XXXXXXXXXXXXXXXXXXXX portador (a) da Cédula de Identidade nº xxxxxxxxx, inscrito no CPF. sob o nº xxxxxxxxx, nomeada pelo Decreto nº xxxxxxxxx, considerando o julgamento da CONCORRENCIA nº xx/xxx, para REGISTRO DE PREÇOS, publicado no xxxxx de xxx/xx/20xx, Processo Administrativo nº xxxx, RESOLVE registrar os preços da(s) empresa (s) e qualificada (s) nesta ATA, de acordo com a classificação por ela(s) alcançadas e na(s) quantidade(s) cotada(s), atendendo as condições previstas no Edital, sujeitando-se as partes às normas constantes na Lei nº 14.333, de 1º de abril de 2021, e demais legislação, aplicável, em conformidade com as disposições a seguir:

1. DO OBJETO:

1.1. A presente ata tem por objeto o registro de preços para CONTRATAÇÃO DE EMPRESA PARA EXECUTAR SERVIÇOS DE PUBLICIDADE, PROPAGANDA, EMPRESA ESPECIALIZADA NAS PRESTAÇÕES DE SERVIÇOS TÉCNICOS DE PROJETOS DE DIVULGAÇÃO DE ATOS, PROGRAMAS PARA ATENDER AS NECESSIDADES DA SECRETARIA MUNICIPAL COMUNICAÇÃO SOCIAL DE MACAPÁ, especificado(s) no(s) item(ns) xxxx do xxxxx Termo de Referência, anexo xxxx do Edital da concorrência nº xxxx/20xx, que é parte integrante desta Ata, assim como a proposta vencedora, independente de transcrição.

2. DOS PREÇOS REGISTRADOS, ESPECIFICAÇÕES E QUANTITATIVOS.

2.1. O preço registrado, as especificações do objeto, a quantidade, fornecedor(es) e as demais condições ofertadas na(s) proposta(s) são as que seguem

FORNECEDOR (RAZÃO SOCIAL, CNPJ/MF, ENDEREÇO, CONTATOS, REPRESENTANTE)				
SERVIÇOS DE PUBLICIDADE				
ITEM	SERVIÇOS	UN.	QTD	VALOR UN.
XX	XXXXX	XXX	XXX	XXX

3. DA ASSINATURA DE TERMOS E DA PRESTAÇÃO DO SERVIÇO

3.1. Após a assinatura desta Ata de Registro de Preços, se houver necessidade da prestação de serviço imediato, a XXXXXX/PMM convocará a empresa cujo preço foi registrado.

3.2. A Secretaria Municipal de Comunicação social, por intermédio de seu representante fará a solicitação da prestação do serviço mediante emissão de nota de empenho cujo conteúdo deverá estar de acordo com as especificações constantes do Termo de Referência.

3.3. A empresa signatária fica obrigada a atender todos os pedidos efetuados durante a validade desta Ata de Registro de Preços.

3.4. Ao assinar a Ata de Registro de Preços, a empresa signatária obriga-se a entregar todos os itens adjudicados, na medida em que for solicitado os pedidos e conforme as especificações e condições contidas no Edital e em seus anexos, e na proposta apresentada, prevalecendo, no caso de divergência, as especificações e condições do edital.



MUNICÍPIO DE MACAPÁ
SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO
SUBSECRETARIA DE COMPRAS E CONTRATAÇÕES

3.5. A nota de empenho será emitida de acordo com o quantitativo solicitado pela Secretaria Municipal de Saúde.

4. DA ADESÃO À ATA DE REGISTRO DE PREÇOS.

4.1. A ata de registro de preços, durante sua validade, poderá ser utilizada (aderida) por órgão ou entidade da administração pública municipal, que não tenha participado do certame licitatório, mediante anuência do órgão gerenciador, respeitadas as condições e as regras estabelecidas na [Lei nº 14.133, de 2021](#).

4.2. A manifestação do órgão gerenciador de que trata o subitem anterior, fica condicionada à realização de estudo, pelos órgãos e pelas entidades que não participaram do registro de preços, que demonstre a vantagem da adesão, inclusive em situações de provável desabastecimento ou descontinuidade de serviço público, e que os valores registrados estão compatíveis com os valores praticados pelo mercado na forma do [art. 23 desta Lei nº 14.133, de 2021](#).

4.3. Caberá ao fornecedor beneficiário da Ata de Registro de Preços, observadas as condições nela estabelecidas, optar pela aceitação ou não do fornecimento, desde que este fornecimento não prejudique as obrigações anteriormente assumidas com o órgão gerenciador e órgãos participantes

4.4. As contratações adicionais através de adesão de ata que se refere este item 4.1. não poderão exceder, por órgão ou entidade, a 50% (cinquenta por cento) dos quantitativos dos itens do instrumento convocatório registrados na Ata de Registro de Preços para o órgão gerenciador e órgãos participantes.

4.5. As adesões à Ata de Registro de Preços não poderão exceder, na totalidade, ao dobro do quantitativo de cada item registrado na Ata de Registro de Preços para o órgão gerenciador e órgãos participantes, independentemente do número de órgãos não participantes que eventualmente aderirem.

4.5.1. Tratando-se de item exclusivo para microempresas e empresas de pequeno porte e cooperativas enquadradas no [art. 34 da Lei nº 11.488, de 15 de junho de 2007](#), o órgão gerenciador somente autorizará a adesão caso o valor da contratação pretendida pelo aderente, somado aos valores das contratações já previstas para o órgão gerenciador e participantes ou já destinadas à aderentes anteriores, não ultrapasse o limite de R\$ 80.000,00 (oitenta mil reais).

4.6. Ao órgão não participante que aderir à ata competem os atos relativos à cobrança do cumprimento pelo fornecedor das obrigações contratualmente assumidas e a aplicação, observada a ampla defesa e o contraditório, de eventuais penalidades decorrentes do descumprimento de cláusulas contratuais, em relação as suas próprias contratações, informando as ocorrências ao órgão gerenciador.

4.7. Após a autorização do órgão gerenciador, o órgão não participante deverá efetivar a contratação solicitada em até noventa dias, observado o prazo de validade da Ata de Registro de Preços.

4.7.1. Caberá ao órgão gerenciador autorizar, excepcional e justificadamente, a prorrogação do prazo para efetivação da contratação, respeitado o prazo de vigência da ata, desde que solicitada pelo órgão não participante.

5. DA VALIDADE DA ATA

5.1. A validade da Ata de Registro de Preços será de 12 (doze) meses, contado a partir do 1º dia útil subsequente à sua publicação, e poderá ser prorrogada, por igual período, desde que comprovado o preço vantajoso.

6. DA CONTRATAÇÃO COM FORNECEDORES REGISTRADOS.

6.1. A contratação com os fornecedores registrados nesta Ata de Registro de Preços será formalizada pelo órgão ou entidade interessado por intermédio de instrumento contratual ou outro instrumento hábil, conforme o [art. 95 da Lei nº 14.133, de 2021](#).

6.2. O contrato decorrente desta Ata de Registro de Preços terá sua vigência estabelecida em conformidade com as disposições dos [arts. 105 a 114 da Lei nº 14.133, de 2021](#).

6.3. Os contratos decorrentes do Sistema de Registro de Preços poderão ser alterados, observado o disposto no [art. 124 da Lei nº 14.133, de 2021](#).

7. REVISÃO E CANCELAMENTO



MUNICÍPIO DE MACAPÁ
SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO
SUBSECRETARIA DE COMPRAS E CONTRATATÕES

7.1. Os preços registrados poderão ser revistos em decorrência de eventual redução dos preços praticados no mercado ou de fato que eleve o custo do objeto registrado, cabendo à Administração promover as negociações junto ao(s) fornecedor(es).

7.2. Os preços registrados poderão ser alterados em decorrência de eventual redução dos preços praticados no mercado ou de fato que eleve o custo do objeto, nas seguintes situações:

7.2.1. Em caso de força maior, caso fortuito ou fato do príncipe ou em decorrência de fatos imprevisíveis ou previsíveis de consequências incalculáveis, que inviabilizem a execução da ata tal como pactuado, nos termos do art. 124, II, d da Lei nº 14.133, de 2021.

7.2.2. Decorrente de criação, alteração ou extinção de quaisquer tributos ou encargos legais ou a superveniência de disposições legais, com comprovada repercussão sobre os preços registrados.

7.3. Quando o preço registrado se tornar superior ao preço praticado no mercado por motivo superveniente, o órgão ou entidade gerenciadora convocará o fornecedor para negociar a redução do preço registrado.

7.3.1. O fornecedor que não aceitar reduzir seu preço aos valores praticados pelo mercado, será liberado do compromisso assumido referente ao item registrado, sem aplicação de penalidades administrativas.

7.3.2. Havendo a liberação do fornecedor, nos termos do subitem anterior, o gerenciador deverá convocar os fornecedores do cadastro de reserva, caso exista, na ordem de classificação, para verificar se aceitam reduzir seus preços aos valores de mercado.

7.3.3. Não havendo êxito nas negociações, o órgão ou entidade gerenciadora deverá proceder ao cancelamento da ata de registro de preços.

7.3.4. Caso haja a redução do preço registrado, o órgão ou entidade gerenciadora deverá comunicar aos órgãos e as entidades que tiverem formalizado contratos, para que avaliem a conveniência e a oportunidade de diligenciar negociação com vistas à alteração contratual.

7.4. No caso do preço de mercado se tornar superior ao preço registrado e o fornecedor não puder cumprir as obrigações contidas na ata, será facultado ao fornecedor requerer ao gerenciador a alteração do preço registrado, mediante comprovação de fato superveniente que supostamente o impossibilite de cumprir o compromisso.

7.4.1. Para fins do disposto neste subitem, deverá o fornecedor encaminhar juntamente com o pedido de alteração, documentação comprobatória ou planilha de custos que demonstre que o preço registrado se tornou inviável frente às condições inicialmente pactuadas.

7.4.2. Caso não demonstrada a existência de fato superveniente que torne insubsistente o preço registrado, o pedido será indeferido pelo órgão ou entidade gerenciadora, ficando o fornecedor obrigado a cumprir as obrigações contidas na ata, sob pena de cancelamento do seu registro, sem prejuízo das sanções previstas na Lei nº 14.133, de 2021, e em outras legislações aplicáveis.

7.4.3. Havendo cancelamento do registro do fornecedor, o gerenciador deverá convocar os fornecedores do cadastro de reserva, caso exista, na ordem de classificação, para assegurar igual oportunidade de negociação.

7.5. Não havendo êxito nas negociações, o órgão gerenciador deverá proceder ao cancelamento da Ata de Registro de preços, adotando as medidas cabíveis para obtenção da contratação mais vantajosa.

7.6. O registro do licitante vencedor será cancelado pelo órgão ou entidade gerenciadora quando:

7.6.1. Descumprir as condições da ata de registro de preços, sem motivo justificado;

7.6.2. Não retirar a nota de empenho ou instrumento equivalente no prazo estabelecido pela Administração, sem justificativa aceitável;



MUNICÍPIO DE MACAPÁ
SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO
SUBSECRETARIA DE COMPRAS E CONTRATAÇÕES

7.6.3. Não aceitar reduzir o seu preço registrado, na hipótese deste se tornar superior àqueles praticados no mercado; ou

7.6.4. Sofrer sanção prevista no [art. 156, III ou IV da Lei nº 14.133, de 2021](#).

7.6.5. O cancelamento de registros nas hipóteses previstas nos itens X, X, e X será formalizado por despacho do órgão gerenciador, assegurado o contraditório e a ampla defesa.

7.7. O cancelamento dos preços registrados poderá ocorrer, total ou parcialmente, pelo gerenciador, desde que devidamente comprovados e justificados:

7.7.1. Por razão de interesse público;

7.7.2. Pelo cancelamento de todos os preços registrados; ou

7.7.3. A pedido do fornecedor, decorrente de caso fortuito ou força maior.

8. DAS PENALIDADES

8.1. O descumprimento da Ata de Registro de Preços ensejará aplicação das penalidades estabelecidas no Edital.

8.1.1. As sanções do item acima também se aplicam aos integrantes do cadastro de reserva que, convocados, não honrarem o compromisso assumido injustificadamente.

8.2. É da competência do órgão gerenciador a aplicação das penalidades decorrentes do descumprimento do pactuado nesta Ata de Registro de Preço, exceto nas hipóteses em que o descumprimento disser respeito às contratações dos órgãos participantes, caso no qual caberá ao respectivo órgão participante a aplicação da penalidade.

8.3. O(s) órgão(s) participante(s) deverá(ão) comunicar ao órgão gerenciador qualquer das ocorrências previstas nos itens X, X, X e X dada a necessidade de instauração de procedimento para cancelamento do registro do fornecedor.

9. CONDIÇÕES GERAIS

9.1. As demais condições gerais do fornecimento, encontram-se definidas no Edital e seus anexos, que são parte integrante da presente Ata de Registro de Preços, independentemente de transcrição.

9.2. É vedado efetuar acréscimos nos quantitativos fixados nesta Ata de Registro de Preços.

9.3. No caso de adjudicação por preço global de grupo de itens, só será admitida a contratação dos itens nas seguintes hipóteses:

9.3.1. Contratação da totalidade dos itens do grupo, respeitadas as proporções de quantitativos definidos no certame; ou.

9.3.2. Contratação de item isolado para o qual o preço unitário adjudicado ao vencedor seja o menor preço válido ofertado para o mesmo item na fase de lances.

Para firmeza e validade do pactuado, a presente Ata foi lavrada em xxx (....) vias de igual teor, que, depois de lida e achada em ordem, vai assinada pelas partes.

Macapá/AP, xx de xxx de xxxx.

Assinatura Representante do Órgão Gerenciador

Assinatura Representante(s) Legal(is) do(s) Fornecedor(es) Registrado(s)



MUNICÍPIO DE MACAPÁ
SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO
SUBSECRETARIA DE COMPRAS E CONTRATAÇÕES

ANEXO XI

TABELA DE PONTUAÇÃO – PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

Concorrência nº 023/2025

Processo Administrativo nº 26.101.02.28/2025-SMCS/PMM

Tabela de pontuação do subquesto 1 - RACIOCÍNIO BÁSICO: 5 (cinco) pontos a serem distribuídos conforme abaixo.

QUESTITO 1 - PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA				
SUBQUESTITO	ITENS AVALIADOS	PONTUAÇÃO MÁXIMA DOS ITENS	PARÂMETRO	VALOR DO PARÂMETRO
SUBQUESTITO 1 - RACIOCÍNIO BÁSICO	Acuidade demonstrada na análise das características e especificidades do contratante e do contexto de sua atuação	2.0	Ótimo (2,0 – 1,6)	
			Bom (1,5 – 1,1)	
			Regular (1,0 – 0,6)	
			Insuficiente (0,5 – 0,1)	
			Não atendeu ou não apresentou (0 – ZERO)	
	Pertinência dos aspectos relevantes e significativos apresentados, relativos às necessidades de comunicação publicitária identificadas.	1.5	Ótimo (1,5 – 1,2)	
			Bom (1,1 – 0,8)	
			Regular (0,7 – 0,4)	
			Insuficiente (0,3 – 0,1)	
			Não atendeu ou não apresentou (0 – ZERO)	
	Assertividade demonstrada na análise do desafio de comunicação a ser superado pelo contratante e no entendimento dos objetivos de comunicação estabelecidos no briefing.	1.5	Ótimo (1,5 – 1,2)	
			Bom (1,1 – 0,8)	
			Regular (0,7 – 0,4)	
			Insuficiente (0,3 – 0,1)	
			Não atendeu ou não apresentou (0 - ZERO)	
PONTUAÇÃO MÁXIMA DO SUBQUESTITO		5.0	PONTUAÇÃO OBTIDA	

Tabela de pontuação do subquesto 2 – ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA: 20 (vinte) pontos a



MUNICÍPIO DE MACAPÁ
SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO
SUBSECRETARIA DE COMPRAS E CONTRATAÇÕES

serem distribuídos conforme abaixo.

QUESITO 1 - PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA				
SUBQUESITO	ITENS AVALIADOS	PONTUAÇÃO MÁXIMA DOS ITENS	PARÂMETRO	VALOR DO PARÂMETRO
SUBQUESITO 2 - ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA	Adequação do partido temático e do conceito à natureza e às atividades do contratante, bem como ao desafio e aos objetivos de comunicação.	4,0	Ótimo (4,0 – 3,1)	
			Bom (3,0 – 2,1)	
			Regular (2,0 – 1,1)	
			Insuficiente (1,0 – 0,1)	
			Não atendeu ou não apresentou (0 - ZERO)	
	Consistência da argumentação em defesa do partido temático e do conceito.	3,0	Ótimo (3,0 – 2,4)	
			Bom (2,3 – 1,6)	
			Regular (1,5 – 0,8)	
			Insuficiente (0,7 – 0,1)	
			Não atendeu ou não apresentou (0 – ZERO)	
	Possibilidades de interpretações positivas do conceito para a comunicação publicitária do contratante com seus públicos.	3,0	Ótimo (3,0 – 2,4)	
			Bom (2,3 – 1,6)	
			Regular (1,5 – 0,8)	
			Insuficiente (0,7 – 0,1)	
			Não atendeu ou não apresentou (0 – ZERO)	
	Consistência técnica dos pontos centrais da Estratégia de Comunicação Publicitária proposta.	3,0	Ótimo (3,0 – 2,4)	
			Bom (2,3 – 1,6)	
			Regular (1,5 – 0,8)	
			Insuficiente (0,7 – 0,1)	



MUNICÍPIO DE MACAPÁ
SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO
SUBSECRETARIA DE COMPRAS E CONTRATAÇÕES

	Capacidade da licitante de articular os conhecimentos sobre o contratante desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no briefing.	3,0	Não atendeu ou não apresentou (0 – ZERO)	
			Ótimo (3,0 – 2,4)	
			Bom (2,3 – 1,6)	
			Regular (1,5 – 0,8)	
			Insuficiente (0,7 – 0,1)	
			Não atendeu ou não apresentou (0 – ZERO)	
	Exequibilidade da Estratégia de Comunicação Publicitária, considerada a verba referencial para investimento.	4,0	Ótimo (4,0 – 3,1)	
			Bom (3,0 – 2,1)	
			Regular (2,0 – 1,1)	
			Insuficiente (1,0 – 0,1)	
			Não atendeu ou não apresentou (0 – ZERO)	
PONTUAÇÃO MÁXIMA DO SUBQUESTO		20.0	PONTUAÇÃO OBTIDA	

Tabela de pontuação do subquesto 3 – IDEIA CRIATIVA: 25 (vinte e cinco) pontos a serem distribuídos conforme abaixo.

QUESTO 1 - PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA				
SUBQUESTO	ITENS AVALIADOS	PONTUAÇÃO MÁXIMA DOS ITENS	PARÂMETRO	VALOR DO PARÂMETRO
SUBQUESTO 3 - IDEIA CRIATIVA	Alinhamento da campanha com a Estratégia de Comunicação Publicitária.	5,0	Ótimo (5,0 – 4,1)	
			Bom (4,0 – 3,1)	
			Regular (3,0 – 1,1)	
			Insuficiente (1,0 – 0,1)	
			Não atendeu ou não apresentou (0 – ZERO)	
	Pertinência da solução criativa com a natureza do contratante, com o desafio e com os	5,0	Ótimo (5,0 – 4,1)	
			Bom (4,0 – 3,1)	



MUNICÍPIO DE MACAPÁ
SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO
SUBSECRETARIA DE COMPRAS E CONTRATAÇÕES

	objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing.		Regular (3,0 – 1,1)	
			Insuficiente (1,0 – 0,1)	
			Não atendeu ou não apresentou (0 – ZERO)	
	Adequação das peças publicitárias ao perfil dos segmentos de público-alvo.	3,0	Ótimo (3,0 – 2,4)	
			Bom (2,3 – 1,6)	
			Regular (1,5 – 0,8)	
			Insuficiente (0,7 – 0,1)	
			Não atendeu ou não apresentou (0 – ZERO)	
	Originalidade da solução criativa e a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta.	3,0	Ótimo (3,0 – 2,4)	
			Bom (2,3 – 1,6)	
			Regular (1,5 – 0,8)	
			Insuficiente (0,7 – 0,1)	
			Não atendeu ou não apresentou (0 – ZERO)	
	Clareza e precisão das mensagens e a adequação da linguagem com os públicos-alvo.	5,0	Ótimo (5,0 – 4,1)	
			Bom (4,0 – 3,1)	
			Regular (3,0 – 1,1)	
			Insuficiente (1,0 – 0,1)	
			Não atendeu ou não apresentou (0 – ZERO)	
	Exequibilidade das peças e de todos os elementos propostos, com base na verba referencial para investimento.	4,0	Ótimo (4,0 – 3,1)	
			Bom (3,0 – 2,1)	
			Regular (2,0 – 1,1)	
			Insuficiente (1,0 – 0,1)	
			Não atendeu ou não apresentou (0 – ZERO)	
PONTUAÇÃO MÁXIMA DO SUBQUESTO		25.0	PONTUAÇÃO OBTIDA	



MUNICÍPIO DE MACAPÁ
SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO
SUBSECRETARIA DE COMPRAS E CONTRATAÇÕES

Tabela de pontuação do subquesto 4 – ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA: 15 (quinze) pontos a serem distribuídos conforme abaixo.

QUESTO 1 - PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA				
SUBQUESTO	ITENS AVALIADOS	PONTUAÇÃO MÁXIMA DOS ITENS	PARÂMETRO	VALOR DO PARÂMETRO
SUBQUESTO 4 - ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA	Adequação da Estratégia de Mídia e Não Mídia com as características da ação publicitária, com a verba referencial para investimento, o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing.	3,0	Ótimo (3,0 – 2,4)	
			Bom (2,3 – 1,6)	
			Regular (1,5 – 0,8)	
			Insuficiente (0,7 – 0,1)	
			Não atendeu ou não apresentou (0 – ZERO)	
	Consistência técnica demonstrada na proposição e defesa da estratégia, da tática e do plano de mídia.	3,0	Ótimo (3,0 – 2,4)	
			Bom (2,3 – 1,6)	
			Regular (1,5 – 0,8)	
			Insuficiente (0,7 – 0,1)	
			Não atendeu ou não apresentou (0 – ZERO)	
	Consistência do conhecimento dos hábitos de consumo de Comunicação dos segmentos de públicos-alvo da campanha publicitária.	3,0	Ótimo (3,0 – 2,4)	
			Bom (2,3 – 1,6)	
			Regular (1,5 – 0,8)	
			Insuficiente (0,7 – 0,1)	
			Não atendeu ou não apresentou (0 – ZERO)	
	Adequação da proposta no uso dos recursos próprios de comunicação do contratante e seu alinhamento com a Estratégia de Mídia e Não Mídia.	3,0	Ótimo (3,0 – 2,4)	
			Bom (2,3 – 1,6)	
			Regular (1,5 – 0,8)	
			Insuficiente (0,7 – 0,1)	
			Não atendeu ou não apresentou (0 – ZERO)	
	Grau de eficiência e a economicidade na	3,0	Ótimo (3,0 – 2,4)	



MUNICÍPIO DE MACAPÁ
SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO
SUBSECRETARIA DE COMPRAS E CONTRATAÇÕES

	utilização da verba referencial para investimento, demonstrados na simulação dos parâmetros de cobertura e frequência.		Bom (2,3 – 1,6)	
			Regular (1,5 – 0,8)	
			Insuficiente (0,7 – 0,1)	
			Não atendeu ou não apresentou (0 – ZERO)	
PONTUAÇÃO MÁXIMA DO SUBQUESITO		15,00	PONTUAÇÃO OBTIDA	



MUNICÍPIO DE MACAPÁ
SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO
SUBSECRETARIA DE COMPRAS E CONTRATAÇÕES

ANEXO XII

TABELA DE PONTUAÇÃO – CONJUNTO DE INFORMAÇÕES DO PROPONENTE.

Concorrência nº 023/2025

Processo Administrativo nº 26.101.02.28/2025-SMCS/PMM

Tabela de pontuação do quesito 2 - CAPACIDADE DE ATENDIMENTO: 15 (quinze) pontos a serem distribuídos conforme abaixo.

QUESITO 2 - CAPACIDADE DE ATENDIMENTO			
ITENS AVALIADOS	PONTUAÇÃO MÁXIMA DOS ITENS	PARÂMETRO	VALOR PARÂMETRO
Porte e tradição dos clientes, como anunciantes publicitários, e o período de atendimento a cada um.	3,0	Ótimo (3,0 – 2,4)	
		Bom (2,3 – 1,6)	
		Regular (1,5 – 0,8)	
		Insuficiente (0,7 – 0,1)	
		Não atendeu ou não apresentou (0 – ZERO)	
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.	3,0	Ótimo (3,0 – 2,4)	
		Bom (2,3 – 1,6)	
		Regular (1,5 – 0,8)	
		Insuficiente (0,7 – 0,1)	
		Não atendeu ou não apresentou (0 – ZERO)	
Adequação da infraestrutura e das instalações que estarão à disposição do contratante na execução do contrato.	3,0	Ótimo (3,0 – 2,4)	
		Bom (2,3 – 1,6)	
		Regular (1,5 – 0,8)	
		Insuficiente (0,7 – 0,1)	
		Não atendeu ou não apresentou (0 – ZERO)	



MUNICÍPIO DE MACAPÁ
SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO
SUBSECRETARIA DE COMPRAS E CONTRATAÇÕES

Funcionalidade do relacionamento operacional entre o contratante e a licitante.	3,0	Ótimo (3,0 – 2,4)	
		Bom (2,3 – 1,6)	
		Regular (1,5 – 0,8)	
		Insuficiente (0,7 – 0,1)	
		Não atendeu ou não apresentou (0 – ZERO)	
Relevância e utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que a licitante colocará regularmente à disposição do contratante.	3,0	Ótimo (3,0 – 2,4)	
		Bom (2,3 – 1,6)	
		Regular (1,5 – 0,8)	
		Insuficiente (0,7 – 0,1)	
		Não atendeu ou não apresentou (0 – ZERO)	
PONTUAÇÃO MÁXIMA DO SUBQUESITO	15,0	PONTUAÇÃO OBTIDA	

Tabela de pontuação do quesito 3 - REPERTÓRIO com total de 10 (dez) pontos a serem distribuídos conforme abaixo.

QUESITO 3 - REPERTÓRIO			
ITENS AVALIADOS	PONTUAÇÃO MÁXIMA DOS ITENS	PARÂMETRO	VALOR PARÂMETRO
Originalidade da solução criativa e sua adequação à natureza do contratante, ao público-alvo e ao desafio de comunicação.	4,0	Ótimo (4,0 – 3,1)	
		Bom (3,0 – 2,1)	
		Regular (2,0 – 1,1)	
		Insuficiente (1,0 – 0,1)	
		Não atendeu ou não apresentou (0 – ZERO)	
Clareza e precisão das mensagens e a adequação da linguagem às características dos meios e público alvo.	3,0	Ótimo (3,0 – 2,4)	
		Bom (2,3 – 1,6)	



MUNICÍPIO DE MACAPÁ
SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO
SUBSECRETARIA DE COMPRAS E CONTRATAÇÕES

		Regular (1,5 – 0,8)	
		Insuficiente (0,7 – 0,1)	
		Não atendeu ou não apresentou (0 – ZERO)	
Qualidade da produção, da execução e do acabamento das peças.	3,0	Ótimo (3,0 – 2,4)	
		Bom (2,3 – 1,6)	
		Regular (1,5 – 0,8)	
		Insuficiente (0,7 – 0,1)	
		Não atendeu ou não apresentou (0 – ZERO)	
PONTUAÇÃO MÁXIMA DO SUBQUESITO	10,0	PONTUAÇÃO OBTIDA	

Tabela de pontuação do quesito 4 - RELATO DE SOLUÇÕES DE PROBLEMA DE COMUNICAÇÃO: com total de 10 (dez) pontos a serem distribuídos conforme abaixo.

QUESITO 4 - RELATO DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO			
ITENS AVALIADOS	PONTUAÇÃO MÁXIMA DOS ITENS	PARÂMETRO	VALOR PARÂMETRO
Evidência de planejamento estratégico por parte da licitante na proposição da solução publicitária.	2,5	Ótimo (2,5 – 2,0)	
		Bom (1,9 – 1,3)	
		Regular (1,2 – 0,7)	
		Insuficiente (0,6 – 0,1)	
		Não atendeu ou não apresentou (0 – ZERO)	
Demonstração de que a solução publicitária contribuiu para o alcance dos objetivos de comunicação do contratante.	2,5	Ótimo (2,5 – 2,0)	
		Bom (1,9 – 1,3)	
		Regular (1,2 – 0,7)	



MUNICÍPIO DE MACAPÁ
SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO
SUBSECRETARIA DE COMPRAS E CONTRATAÇÕES

		Insuficiente (0,6 – 0,1)	
		Não atendeu ou não apresentou (0 – ZERO)	
Complexidade do desafio de comunicação apresentado no relato e a relevância dos resultados obtidos;	2,5	Ótimo (2,5 – 2,0)	
		Bom (1,9 – 1,3)	
		Regular (1,2 – 0,7)	
		Insuficiente (0,6 – 0,1)	
		Não atendeu ou não apresentou (0 – ZERO)	
Encadeamento lógico da exposição do relato pela licitante.	2,5	Ótimo (2,5 – 2,0)	
		Bom (1,9 – 1,3)	
		Regular (1,2 – 0,7)	
		Insuficiente (0,6 – 0,1)	
		Não atendeu ou não apresentou (0 – ZERO)	
PONTUAÇÃO MÁXIMA DO SUBQUESITO	10,0	PONTUAÇÃO OBTIDA	