



ESTADO DE SANTA CATARINA
Câmara Municipal de Criciúma

EDITAL DE LICITAÇÃO

CONCORRÊNCIA Nº 1/2026
Processo Administrativo nº 4/2026

A **CÂMARA MUNICIPAL DE CRICIÚMA**, inscrita no CNPJ sob o nº 83.728.949/0001-30, com sede na Rua Cel. Pedro Benedit, 488 - Ed. Centro Profissional - 6º Andar - Pio Corrêa – Criciúma/SC - CEP 88811-508, por intermédio da Comissão de Licitação, instituída pela Portaria nº 24/2026, torna público que realizará licitação na modalidade **CONCORRÊNCIA**, do tipo "**TÉCNICA E PREÇO**", em sua forma **PRESENCIAL**, objetivando a contratação de agência de publicidade para a prestação de serviços de comunicação integrada.

Este certame será processado e julgado em conformidade com a Lei nº 14.133, de 1º de abril de 2021, a Lei nº 12.232, de 29 de abril de 2010 (que estabelece normas gerais sobre licitações e contratações de serviços de publicidade), a Lei nº 4.680, de 18 de junho de 1965, e seu regulamento aprovado pelo Decreto nº 57.690, de 1º de fevereiro de 1966, alterado pelo Decreto nº 4.563, de 31 de dezembro de 2002, e demais disposições legais e éticas aplicáveis.

OBJETO: Contratação de agência de publicidade para a prestação de serviços de comunicação integrada, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa, a compra de mídia e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, segundo determinações da Assessoria de Comunicação da Câmara Municipal de Criciúma, objetivando a transmissão de informações de interesse ao público em geral, conforme condições, descrições e quantidades constantes do **Anexo I – Termo de Referência**, parte integrante deste Edital.

DATA DE ABERTURA DA SESSÃO PÚBLICA E RECEBIMENTO DOS ENVELOPES:

- **DATA:** 14/05/2026
- **HORÁRIO:** 15h (Horário de Brasília/DF)
- **LOCAL:** Sala de Reuniões da Câmara Municipal de Criciúma, Rua Cel. Pedro Benedit, 488 - Ed. Centro Profissional - 6º Andar - Pio Corrêa - Criciúma/SC - CEP 88811-508.

INFORMAÇÕES RELATIVAS À LICITAÇÃO: Os interessados poderão examinar o presente Edital e seus anexos através do website oficial da Câmara Municipal de Criciúma: <http://www.camaracriciuma.sc.gov.br>

1. DO OBJETO

1.1. O objeto desta licitação é a contratação de agência de publicidade para a prestação de serviços de comunicação integrada, que compreende: comunicação publicitária, design gráfico e comunicação digital. Os serviços abrangem estudo, planejamento, criação, produção, impressão, veiculação, distribuição e identidade visual da Câmara Municipal de Criciúma, nos termos do artigo 2º da Lei nº 12.232/2010.

1.2. Também integram o objeto desta contratação, como atividades complementares, os serviços especializados pertinentes a: a) Estudo, planejamento e execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas, relacionados à execução do contrato; b) Produção e execução técnica de peças, materiais e projetos publicitários, de mídia e não mídia, criados no âmbito do contrato; c) Criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando à expansão das mensagens e das ações publicitárias.

1.3. A agência atuará por ordem e conta da Câmara Municipal de Criciúma, em conformidade com o art. 3º da Lei nº 4.680/1965, na contratação de fornecedores de bens e serviços especializados, para a execução das



ESTADO DE SANTA CATARINA
Câmara Municipal de Criciúma

atividades complementares, e de veículos e demais meios de divulgação, para a transmissão de mensagens publicitárias.

1.4. Para fins desta Concorrência, as ações de publicidade não abrangem as ações de promoção e de patrocínio. Excluem-se do conceito de patrocínio o patrocínio de projetos de veiculação em mídia ou em instalações que funcionem como veículo de comunicação e o patrocínio da transmissão de eventos esportivos, culturais ou de entretenimentos comercializados por veículo de comunicação.

1.5. A agência contratada NÃO poderá subcontratar outra agência de propaganda para a execução de serviços objeto desta licitação.

2. DAS CONDIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO

2.1. Poderá participar desta Concorrência a agência de propaganda que atender a todas as condições deste Edital e apresentar os documentos nele exigidos, cujo ramo de atividade seja compatível com o objeto da licitação e que detenha o Certificado de Qualificação Técnica emitido pelo Conselho Executivo das Normas Padrão – CENP, em conformidade com o Art. 4º, § 1º, da Lei 12.232/10.

2.2. A participação nesta Concorrência implica, tacitamente, para a licitante:

- a) A confirmação de que recebeu da Comissão Permanente de Licitação o invólucro padronizado previsto no subitem 5.2.1. e as informações necessárias ao cumprimento desta Concorrência;
- b) A aceitação plena e irrevogável de todos os termos, cláusulas e condições constantes deste Edital e de seus anexos;
- c) A observância dos preceitos legais e regulamentares em vigor;
- d) A responsabilidade pela fidelidade e legitimidade das informações e dos documentos apresentados em qualquer fase do processo.

2.3. A licitante assume todos os custos de elaboração e apresentação das Propostas Técnica e de Preços e dos Documentos de Habilitação exigidos nesta Concorrência, ressalvado que a Câmara Municipal de Criciúma não será, em nenhum caso, responsável por esses custos, independentemente da condução ou do resultado do processo licitatório.

2.4. Não poderá participar desta licitação a agência de propaganda:

- a) Que estiver cumprindo suspensão temporária do direito de participar de licitação ou estiver impedida de contratar com a Administração Pública;
- b) Cuja falência tenha sido decretada ou que estiver em concurso de credores, em processo de liquidação, dissolução, cisão, fusão ou incorporação;
- c) Que tenha sido considerada inidônea, por órgão, entidade ou sociedade integrante da Administração Pública, direta e indireta, Federal, Estadual ou Municipal;
- d) Estrangeira que não funcione no País;
- e) Que estiver reunida em consórcio;
- f) Cujos sócios, controladores, dirigentes, administradores, gerentes ou empregados integrem a Subcomissão Técnica ou estejam lotados na Câmara Municipal de Criciúma;
- g) Cujo Invólucro nº 1 (Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada):
 - g.1) Apresente em sua parte externa a identificação da licitante ou marca, sinal, etiqueta ou outro elemento que possibilite a identificação da licitante antes da abertura do Invólucro nº 2;
 - g.2) Esteja danificado ou deformado pelas peças, material ou demais documentos nele acondicionados de modo a possibilitar a identificação da licitante antes da abertura do Invólucro nº 2.



ESTADO DE SANTA CATARINA
Câmara Municipal de Criciúma

- h) Nenhuma licitante poderá participar desta licitação com mais de uma proposta.
- i) Empresas controladoras, controladas ou coligadas, nos termos da Lei nº 6.404/1976, concorrendo entre si.
- j) Pessoa física ou jurídica que se encontre, ao tempo da licitação, impossibilitada de participar da licitação em decorrência de sanção que lhe foi imposta.
- k) Pessoa física ou jurídica que, nos 5 (cinco) anos anteriores à divulgação do edital, tenha sido condenada judicialmente, com trânsito em julgado, por exploração de trabalho infantil, por submissão de trabalhadores a condições análogas às de escravo ou por contratação de adolescentes nos casos vedados pela legislação trabalhista.

3. DOS ESCLARECIMENTOS E IMPUGNAÇÕES SOBRE O EDITAL

- 3.1. Esclarecimentos sobre esta Concorrência serão prestados pela Comissão de Licitação, desde que os pedidos tenham sido recebidos em até 3 (três) dias úteis antes da data de abertura do certame, exclusivamente por meio eletrônico, através do endereço licitacao@camaracriciuma.sc.gov.br
- 3.2. Os pedidos de esclarecimentos serão respondidos exclusivamente mediante divulgação no sítio oficial da Câmara Municipal de Criciúma na internet, no endereço <http://www.camaracriciuma.sc.gov.br>, em *Licitações*, sem identificar a licitante consulente e seu representante.
- 3.3. A licitante não deve utilizar, em eventual pedido de esclarecimento, nenhum termo que possibilite a identificação de sua Proposta Técnica futura, referente ao Invólucro nº 1 (Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada).
- 3.4. Às licitantes interessadas cabe acessar assiduamente o referido endereço eletrônico para tomarem conhecimento das perguntas e respostas e manterem-se atualizadas sobre os esclarecimentos referentes a este Edital.
- 3.5. Os pedidos de esclarecimento não constituirão, necessariamente, motivos para que se altere a data e o horário de recebimento das Propostas.
- 3.6. Qualquer pessoa é parte legítima para impugnar edital de licitação por irregularidade na aplicação da lei, devendo protocolar o pedido até 3 (três) dias úteis antes da data de abertura do certame, conforme art. 164 da Lei nº 14.133/21.
- 3.7. Os pedidos de impugnação, com a indicação das falhas ou irregularidades que viciaram o Edital, devem ser protocolizados exclusivamente por meio eletrônico, através do endereço licitacao@camaracriciuma.sc.gov.br

4. DO CREDENCIAMENTO DE REPRESENTANTES

- 4.1. No dia, horário e local designados para abertura dos envelopes, a licitante deverá designar um representante para credenciamento, o qual será o único responsável por representar a empresa participante.
- 4.2. Se o credenciado for administrador expressamente nomeado no estatuto ou contrato social, deverá apresentar os seguintes documentos em cópia autenticada ou cópia com o respectivo original para autenticação:
- a) Cópia do contrato social ou instrumento que lhe confira poderes expressos para exercer direitos e assumir obrigações em decorrência de tal investidura;
 - b) Cópia do documento de identidade ou outro equivalente.
- 4.3. Caso o representante seja preposto da empresa proponente, deverá apresentar:
- a) Carta de Credenciamento (Anexo II) ou procuração dos quais conste, no mínimo, os poderes para representar a empresa neste processo licitatório, assinar atas, propostas e declarações, negociar preços, interpor recursos ou deles desistir, assumir compromissos de toda ordem e renunciar a prazos processuais;
 - b) Cópia do contrato social ou documento equivalente;



ESTADO DE SANTA CATARINA
Câmara Municipal de Criciúma

c) Cópia do documento de identidade ou outro equivalente.

4.4. 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.

4.5. Não será permitida a participação na reunião de mais de um representante em nome de cada proponente.

4.6. Os documentos de credenciamento, os quais farão parte do presente processo de licitação, deverão ser entregues separadamente dos envelopes das Propostas.

5. DA APRESENTAÇÃO DAS PROPOSTAS E DOCUMENTOS

5.1. As propostas deverão ser apresentadas à Comissão Permanente de Licitação em 5 (cinco) envelopes distintos e separados, todos fechados, contendo:

ENVELOPE Nº 1: Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada

ENVELOPE Nº 2: Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada

ENVELOPE Nº 3: Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

ENVELOPE Nº 4: Proposta de Preços

ENVELOPE Nº 5: Documentos de Habilitação

5.2. ENVELOPE Nº 1: Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada

5.2.1. Deverá acondicionar o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, sendo padronizado e fornecido obrigatoriamente pela Comissão de Licitação sem nenhum tipo de identificação.

5.2.2. A Comissão de Licitação só aceitará o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada se estiver acondicionado no invólucro padronizado fornecido por ela.

5.2.3. O invólucro padronizado deverá ser retirado pela licitante de segunda a sexta-feira, das 13:00h às 19:00h horas, no Departamento de Licitações da Câmara Municipal de Criciúma, no endereço indicado no início deste edital.

5.2.4. O invólucro contendo o Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada, não poderá conter nenhuma identificação, marca ou qualquer outro elemento que permita a identificação de sua autoria, até a abertura do envelope nº 2, sob pena de desclassificação.

5.3. ENVELOPE Nº 2: Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada

5.3.1. Deverá conter o Plano de Comunicação Publicitária - Via Identificada, identificado mediante aposição de etiqueta:

ENVELOPE Nº 2

PROPOSTA TÉCNICA: Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada

RAZÃO SOCIAL DA LICITANTE

CNPJ:

CONCORRÊNCIA Nº 1/2026

5.3.2. O envelope nº 2 será 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 a sua abertura.

5.3.3. O Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada, deverá constituir-se de uma 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, devendo conter a identificação da licitante, ser datado



ESTADO DE SANTA CATARINA
Câmara Municipal de Criciúma

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

5.4. ENVELOPE Nº 3: Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

5.4.1. Deverá conter: Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, e será identificado mediante aposição de etiqueta:

ENVELOPE Nº 3

PROPOSTA TÉCNICA: Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

RAZÃO SOCIAL DA LICITANTE

CNPJ:

CONCORRÊNCIA Nº 1/2026

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

5.4.3. O envelope nº 3 e os documentos nele acondicionados não poderão conter nenhuma informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e que permita a identificação da autoria da mesma, antes da abertura do envelope nº 2.

5.5. ENVELOPE Nº 4: Proposta de Preços

5.5.1. Deverá conter a Proposta de Preços, identificado mediante aposição de etiqueta:

ENVELOPE Nº 4

PROPOSTA DE PREÇOS

RAZÃO SOCIAL DA LICITANTE

CNPJ:

CONCORRÊNCIA Nº 1/2026

5.5.2. O envelope nº 4 será providenciado pela licitante, devendo ser inviolável quanto às informações de que trata, até sua abertura.

6. DA APRESENTAÇÃO E ELABORAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA

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

QUESITOS	SUBQUESITOS
1. PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA	• Raciocínio Básico • Estratégia de Comunicação Publicitária • Ideia Criativa • Estratégia de Mídia e Não Mídia
2. CAPACIDADE DE ATENDIMENTO	• Clientes • Profissionais • Infraestrutura • Sistemática de Atendimento • Informação de Marketing
3. REPERTÓRIO	
4. RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO	



ESTADO DE SANTA CATARINA
Câmara Municipal de Criciúma

6.2. A Proposta Técnica será redigida em língua portuguesa, salvo quanto a expressões técnicas de uso corrente, com clareza, sem emendas ou rasuras, utilizando editor de textos compatível com o formato Microsoft Word.

6.3. **Quesito 1 - PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA - VIA NÃO IDENTIFICADA:** deverá ser elaborado de acordo com as seguintes orientações:

- a) Em caderno único, orientação retrato e com espiral preto colocado à esquerda;
- b) Em papel A4, branco, gramatura 75 g/m² a 90 g/m²;
- c) Espaçamentos de 3 cm na margem esquerda e 2cm na direita, a partir das respectivas bordas. Não há padrões exigidos para margens superior e inferior;
- d) Sem recuos nos parágrafos e linhas subsequentes;
- e) Textos justificados;
- f) Espaçamento simples entre as linhas e opcionalmente duplo entre títulos;
- g) Texto e numeração de páginas em fonte Arial, tamanho 12, cor automático, sem negritos, itálicos ou sublinhados;
- h) Numeração de todas as páginas, em algarismos arábicos, no canto inferior direito da página;
- i) Sem identificação da licitante.

6.3.1. As especificações do subitem 6.3 não se aplicam às peças de que trata o subquesito “Ideia Criativa”.

6.3.2. Os gráficos, tabelas e planilhas integrantes do subquesito “Estratégia de Mídia e Não Mídia” poderão ser elaborados com editores, fontes, cores, margens e orientação mais adequadas à sua apresentação.

6.3.3. O Plano de Comunicação Publicitária deverá ser elaborado com base no Briefing (Anexo I) e compreenderá 4 (quatro) subquesitos:

a) **Raciocínio Básico:** texto em que a licitante demonstrará seu entendimento sobre as informações contidas no Briefing, apresentando um diagnóstico das necessidades de comunicação publicitária da Câmara Municipal de Criciúma, a sua compreensão sobre o objeto da licitação e os desafios de comunicação a serem enfrentados.

b) **Estratégia de Comunicação Publicitária:** texto em que a licitante fará a apresentação e defesa da estratégia proposta para superar o desafio e alcançar os objetivos de comunicação, compreendendo a explicitação e defesa do partido temático e do conceito que fundamentam a proposta de solução publicitária e 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.

c) **Ideia Criativa:** apresentação da proposta de campanha publicitária, contemplando os seguintes conteúdos:

c.1) Relação de todas as peças publicitárias que a licitante julgar necessárias para superar o desafio e alcançar os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing, com a descrição sucinta de cada uma, explicitando sua finalidade e suas funções táticas na campanha proposta;

c.2) Exemplos das peças, constantes da relação prevista na alínea anterior, que a licitante julgar mais adequadas para corporificar e ilustrar objetivamente sua proposta de campanha publicitária, observadas as condições estabelecidas na alínea c.3 a seguir.

c.3) Os exemplos de peças de que trata a alínea ‘c.2’ do subitem 6.3.3 estão limitados a 10 (dez), independentemente do meio de divulgação, do seu tipo ou de sua característica e deverão ser apresentados sob a forma de roteiro e layout, para qualquer meio.

d) **Estratégia de Mídia e Não Mídia:** apresentada sob a forma de textos, tabelas, gráficos, planilhas e por quadro resumo que identificarão as peças a serem veiculadas ou distribuídas e suas respectivas quantidades, inserções e custos nominais de produção e de veiculação, explicando e justificando a estratégia e as táticas



ESTADO DE SANTA CATARINA
Câmara Municipal de Criciúma

recomendadas, em consonância com a estratégia de comunicação publicitária sugerida pela proponente e em função da verba disponível indicada no Briefing.

6.4. Quesito 2 - CAPACIDADE DE ATENDIMENTO: a licitante deverá apresentar as informações que constituem esse quesito em caderno específico, em formato A4, orientação retrato, com ou sem uso de cores, 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.

6.4.1. O caderno não poderá apresentar informação que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada que permita, inequivocamente, a identificação da autoria deste, antes da abertura do Invólucro nº 2.

6.4.2. 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 as seguintes informações:

a) **Clientes:** relação nominal dos seus principais clientes, com a especificação do início de atendimento de cada um deles;

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

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

d) **Sistemática de Atendimento:** sistemática operacional de atendimento na execução do contrato;

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

6.5. Quesito 3 - REPERTÓRIO: a licitante deverá apresentar as informações que constituem esse quesito em caderno específico, em formato A4, orientação retrato, com ou sem uso de cores, 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.

6.5.1. Os documentos, as informações e as peças mencionadas no subitem precedente não poderão ter informação que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada que permita, inequivocamente, a identificação da autoria deste, antes da abertura do Invólucro nº 2.

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

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

6.5.4. As peças eletrônicas deverão ser fornecidas em pendrive, executáveis no sistema operacional Windows e deverão integrar o caderno específico.

6.5.5. As peças gráficas deverão preservar a capacidade de leitura e indicar suas dimensões originais.

6.5.6. Para cada peça publicitária deverá ser apresentada ficha técnica com a indicação sucinta do problema que se propôs resolver e a identificação da licitante e de seu cliente, título, data de produção, período de veiculação, exposição ou distribuição e menção de pelo menos um veículo que divulgou a peça.

6.5.7. As peças não podem referir-se a trabalhos solicitados e/ou aprovados pela Câmara Municipal de Criciúma.

6.6. Quesito 4 - RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO: a licitante deverá apresentar as informações que constituem esse quesito em caderno específico, em formato A4, orientação retrato, com ou sem uso de cores, 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.



ESTADO DE SANTA CATARINA
Câmara Municipal de Criciúma

6.6.1. Os documentos, as informações e as peças mencionadas no subitem precedente não poderão ter informação que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada que permita, inequivocamente, a identificação da autoria deste, antes da abertura do Invólucro nº 2.

6.6.2. A licitante deverá apresentar 2 (dois) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, cada um com no máximo 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:

- a) Deverá ser elaborado pela licitante, em papel que a identifique;
- b) Deverá contemplar nome, cargo ou função e assinatura do funcionário da licitante responsável por sua elaboração;
- c) Não pode referir-se a ações publicitárias solicitadas ou aprovadas pela Câmara Municipal de Criciúma, no âmbito de seus contratos com agência de propaganda;
- d) Deverá estar formalmente validado pelo respectivo cliente, de forma a atestar sua autenticidade.

6.6.3. A validação de que trata a alínea “d” do subitem anterior, deverá ser feita em documento apartado dos relatos e não entrará no cômputo do número de páginas que trata o subitem 6.6.2. No documento de validação constará, além do ateste, o nome empresarial do cliente, o nome do signatário, seu cargo/função e sua assinatura.

6.6.4. É facultada a inclusão de até 3 (três) peças publicitárias para cada relato, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça, observando-se as seguintes regras:

- a) As peças eletrônicas deverão ser fornecidas em pendrive, executáveis no sistema operacional Windows e deverão integrar o caderno específico;
- b) As peças gráficas deverão preservar a capacidade de leitura e indicar suas dimensões originais;
- c) Para cada peça publicitária, deverá ser apresentada ficha técnica com a indicação sucinta do problema que se propôs a resolver.

6.6.5. A ficha técnica de cada peça não entrará no cômputo do limite de páginas estabelecido no subitem 6.6.2.

7. DO JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

7.1. As Propostas Técnicas serão analisadas e julgadas por uma Subcomissão Técnica, que não poderá participar da sessão de recebimento e abertura dos envelopes nºs 1 e 3, de caráter público.

7.2. Serão levados em conta pela Subcomissão Técnica, como critério de julgamento técnico, os seguintes atributos da Proposta:

QUESITOS/SUBQUESITOS	PONTOS MÁXIMOS	CRITÉRIOS DE AVALIAÇÃO
1. PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA	65	



ESTADO DE SANTA CATARINA
Câmara Municipal de Criciúma

a) Raciocínio Básico	10	A acuidade demonstrada na análise das características e especificidades da Câmara Municipal de Criciúma e do contexto de sua atuação; a pertinência dos aspectos relevantes e significativos apresentados, relativos às necessidades de comunicação publicitária identificadas; a assertividade demonstrada na análise do desafio de comunicação a ser superado e no entendimento dos objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing.
b) Estratégia de Comunicação Publicitária	20	A adequação do partido temático e do conceito à natureza e às atividades do Poder Legislativo, bem como ao desafio e aos objetivos de comunicação; a consistência da argumentação em defesa do partido temático e do conceito; as possibilidades de interpretações positivas do conceito para a comunicação publicitária da Câmara Municipal de Criciúma com seus públicos; a consistência técnica dos pontos centrais da Estratégia de Comunicação Publicitária proposta; a capacidade da licitante de articular os conhecimentos sobre a Câmara Municipal de Criciúma, o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing; a exequibilidade da Estratégia de Comunicação Publicitária, considerada a verba referencial.
c) Ideia Criativa	20	O alinhamento da campanha com a Estratégia de Comunicação Publicitária; a pertinência da solução criativa com a natureza do Poder Legislativo, com o desafio e com os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing; a adequação das peças publicitárias ao perfil dos segmentos de público-alvo; a compatibilidade das peças publicitárias com os meios e veículos de comunicação e divulgação a que se destinam; a originalidade da solução criativa e a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta; a clareza e precisão das mensagens e a adequação da linguagem com os públicos-alvo; a exequibilidade das peças e de todos os elementos propostos, com base na verba referencial para investimento.
d) Estratégia de Mídia e Não Mídia	15	A adequação da Estratégia de Mídia e Não Mídia com as características da ação publicitária, com a verba referencial para investimento e com o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing; a consistência técnica demonstrada na proposição e defesa da estratégia, da tática e dos planos de mídia e/ou de novas formas de publicidade digital; a consistência do conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de públicos-alvo da campanha publicitária; a adequação da proposta no uso dos recursos próprios de comunicação da Câmara Municipal de Criciúma e seu alinhamento com a Estratégia de Mídia e Não Mídia; o grau de eficiência e a economicidade na utilização da verba referencial para investimento, demonstrados na simulação dos parâmetros de cobertura e frequência.



ESTADO DE SANTA CATARINA
Câmara Municipal de Criciúma

2. CAPACIDADE DE ATENDIMENTO	15	Clientes: o porte e a tradição dos clientes, como anunciantes publicitários e o período de atendimento a cada um; Profissionais: a experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias e a adequação das quantificações e qualificações desses profissionais às necessidades de comunicação publicitária da Câmara Municipal de Criciúma; Infraestrutura: a adequação da infraestrutura e das instalações que estarão à disposição da Câmara Municipal de Criciúma na execução do contrato; Sistemática de Atendimento: a funcionalidade do relacionamento operacional entre o Poder Legislativo e a licitante; Informação de Marketing: a relevância e utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que a licitante colocará regularmente à disposição da Câmara Municipal de Criciúma.
3. REPERTÓRIO	10	A originalidade da solução criativa e sua adequação à natureza do cliente, ao público-alvo e ao desafio de comunicação; a clareza e precisão das mensagens e a adequação da linguagem às características dos meios e públicos-alvo; e a qualidade da produção, da execução e do acabamento das peças.
4. RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO	10	A evidência de planejamento estratégico por parte da licitante na proposição da solução publicitária; a demonstração de que a solução publicitária contribuiu para o alcance dos objetivos de comunicação do cliente; a complexidade do desafio de comunicação apresentado no Relato e a relevância dos resultados obtidos; o encadeamento lógico da exposição do Relato pela licitante.
PONTUAÇÃO TOTAL MÁXIMA	100	

7.3. A pontuação do quesito corresponderá à média aritmética dos pontos atribuídos por cada membro da Subcomissão Técnica.

7.4. 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 e seus anexos.

7.5. 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.

7.6. A pontuação final da proposta técnica de cada licitante corresponderá à soma dos pontos dos quesitos Plano de Comunicação Publicitária, Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação.

7.7. Será atribuído **peso 7 (sete)** à pontuação da Proposta Técnica.



ESTADO DE SANTA CATARINA
Câmara Municipal de Criciúma

7.8. Será desclassificada a Proposta que:

- a) Não atender às exigências do presente Edital e de seus anexos;
- b) Não alcançar, na somatória dos quesitos, no total, a nota mínima de 70 (setenta) pontos;
- c) Obter pontuação zero em quaisquer dos quesitos ou subquesitos.
- d) Apresentar informação, palavra, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que, por si só, resulte, inequivocamente, na identificação da autoria do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, antes da abertura do Invólucro nº 2.

8. DA APRESENTAÇÃO E VALORAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇOS

8.1. A Proposta de Preços deverá ser elaborada de acordo com o Modelo de Proposta de Preços (Anexo III) e apresentada em papel que a identifique, sem emendas ou rasuras, datada e assinada, por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

8.2. O prazo de validade da Proposta de Preços deverá ser de, no mínimo, 60 (sessenta) dias corridos, contados a partir da abertura do envelope de habilitação, sendo este o prazo considerado em caso de omissão.

8.3. Será desclassificada a proposta de preços que:

- a) Apresentar preços baseados em outra proposta ou que contiver qualquer item condicionante para a entrega dos serviços;
- b) Não atender às exigências do ato convocatório da licitação;
- c) Apresentar desconto inferior a 30% (trinta por cento) em relação aos preços previstos na tabela vigente do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Santa Catarina, a título de ressarcimento dos custos internos dos trabalhos realizados pela própria licitante;
- d) Apresentar percentual de honorários superior a 15% (quinze por cento) incidente sobre os custos de serviços realizados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peças, campanhas e materiais publicitários cuja distribuição não proporcione à licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/65;
- e) Apresentar percentual de honorários inferior a 5% (cinco por cento) e superior a 10% (dez por cento) incidente sobre os custos de outros serviços realizados por fornecedores, referentes a pesquisas de pré-teste e pós-teste – vinculadas à concepção e criação de campanhas e peças publicitárias – e à elaboração de marcas, de expressões de propaganda, de logotipos e de elementos de comunicação visual.

8.4. A Comissão de Licitação atribuirá pontos para cada um dos quesitos a serem valorados, conforme tabela:

QUESITOS	PONTUAÇÃO
a) Percentual de desconto em relação aos preços previstos na tabela vigente do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Santa Catarina, a título de ressarcimento dos custos internos dos trabalhos realizados pela própria licitante.	Desconto de 0% a 15%.....05 pontos Desconto acima de 15% a 20%.....10 pontos Desconto acima de 20% a 25%.....20 pontos Desconto acima de 25% a 27%.....30 pontos Desconto acima de 27% a 29%.....40 pontos Desconto acima de 29% a 30%.....50 pontos



ESTADO DE SANTA CATARINA
Câmara Municipal de Criciúma

b) Percentual de honorários incidente sobre os custos de serviços realizados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peças, campanhas e materiais publicitários cuja distribuição não proporcione à licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação.	Honorários de 0% a 2%.....30 pontos Honorários acima de 2% a 5%.....20 pontos Honorários acima de 5% a 10%.....10 pontos Honorário acima de 10% a 15%.....05 pontos
c) Percentual de honorários incidente sobre os custos de outros serviços realizados por fornecedores, referentes a pesquisas de pré-teste e pós-teste – vinculadas à concepção e criação de campanhas e peças publicitárias – e à elaboração de marcas, de expressões de propaganda, de logotipos e de elementos de comunicação visual.	Honorários de 5%.....20 pontos Honorários acima de 5% a 7%.....15 pontos Honorários acima de 7% a 9%.....10 pontos Honorários acima de 9% a 10%.....05 pontos

8.5. A nota da Proposta de Preços de cada proponente será obtida mediante a soma dos pontos dos quesitos constantes no subitem 8.4 e será de no máximo 100 pontos.

8.6. Será atribuído **peso 3 (três)** à pontuação da Proposta de Preços.

9. DA NOTA FINAL E JULGAMENTO

9.1. Será considerada vencedora do certame licitatório a proposta que obtiver a **MAIOR NOTA FINAL**, resultante da fórmula:

$$NF = (NT \times 0,7) + (NP \times 0,3)$$

Onde: **NF** = Nota Final

NT = Nota Técnica

NP = Nota de Preços

0,7 = Peso atribuído à Nota Técnica

0,3 = Peso atribuído à Nota de Preços

9.2. Quando todas as licitantes forem desclassificadas, a Comissão de Licitação poderá fixar o prazo de **8 (oito) dias úteis** para apresentação de novas propostas escoimadas das causas que ensejaram a desclassificação.

10. DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO (ENVELOPE Nº 5)

10.1. Somente a licitante vencedora no julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços apresentará os documentos relativos à habilitação.

10.2. Os documentos de habilitação a serem apresentados são os constantes do Anexo I do Termo de Referência.

11. DA COMISSÃO DE CONTRATAÇÃO E SUBCOMISSÃO TÉCNICA

11.1. Esta Concorrência será processada e julgada por Comissão de Licitação, com exceção da análise e julgamento das Propostas Técnicas.



ESTADO DE SANTA CATARINA
Câmara Municipal de Criciúma

11.2. As Propostas Técnicas serão analisadas e julgadas por Subcomissão Técnica constituída por 3 (três) membros formados em comunicação, publicidade ou marketing, ou que atuem em uma destas áreas, sendo que, no mínimo, 1/3 (um terço) deles não poderá manter nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto com a Câmara Municipal de Criciúma.

11.3. A escolha dos membros da Subcomissão Técnica se dará por sorteio, realizado em sessão pública, entre os nomes de uma relação que terá, no mínimo, o triplo de número de integrantes da subcomissão, previamente cadastrados, e será composta por, pelo menos, 1/3 (um terço) de profissionais que não mantenham nenhum vínculo funcional ou contratual com a Câmara Municipal de Criciúma.

11.3.1. O sorteio será realizado entre os nomes de profissionais previamente cadastrados, que comporão uma lista que será publicada no site oficial da Câmara Municipal de Criciúma, com prazo mínimo de 10 (dez) dias da data em que será realizada a sessão pública marcada para o sorteio.

11.3.2. Até 48 (quarenta e oito) horas antes da sessão pública destinada ao sorteio, qualquer interessado poderá impugnar pessoa integrante da relação publicada, mediante fundamentos jurídicos plausíveis.

11.3.3. 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.

11.3.4. 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.

11.3.5. O sorteio será processado de modo a garantir o preenchimento das vagas da Subcomissão Técnica, de acordo com a proporcionalidade do número de membros que mantenham ou não vínculo com a Câmara Municipal de Criciúma.

11.4. Os membros da Comissão Permanente de Licitação e da Subcomissão Técnica assinarão Termo de Responsabilidade e Confidencialidade, que ficará nos autos do processo desta Concorrência.

12. DOS PROCEDIMENTOS LICITATÓRIOS (SESSÕES)

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

12.2. Primeira Sessão:

- a) Identificar os representantes das licitantes, por meio dos documentos exigidos no Credenciamento;
- b) Receber os Invólucros nº 1, nº 2, nº 3 e nº 4 das licitantes em condições de participação;
- c) Conferir se esses invólucros estão em conformidade com as regras estabelecidas neste Edital.

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

- a) Não estiver identificado;
- b) Não apresentar informação que permita, inequivocamente, a identificação da licitante, antes da abertura do Invólucro nº 2.

12.2.2. 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 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;



ESTADO DE SANTA CATARINA
Câmara Municipal de Criciúma

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 deste Edital.

12.2.3. Se, ao examinar ou rubricar os conteúdos dos Invólucros nº 1 e nº 3, a Comissão de Licitação ou os representantes das licitantes constatarem ocorrências que, inequivocamente, identifiquem a autoria de algum Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, a Comissão 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.

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

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

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

c) Elaboração, pela Subcomissão Técnica, de ata de julgamento dos Invólucros nº 1 e de planilha com as pontuações e justificativas das razões que as fundamentaram, e encaminhamento desses documentos à Comissão de Licitação, na devolução dos Invólucros nº 1;

d) Após o recebimento dos documentos e dos Invólucros nº 1, mencionados na alínea anterior, ocorrerá o encaminhamento, pela Comissão 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 das licitantes, de acordo com os critérios especificados neste Edital e de seus anexos;

f) Elaboração, pela Subcomissão Técnica, de ata de julgamento dos Invólucros nº 3 e de planilha com as pontuações e justificativas das razões que as fundamentaram, e encaminhamento desses documentos à Comissão de Licitação, na devolução dos Invólucros nº 3.

12.3. Segunda Sessão:

a) Identificar os representantes das licitantes presentes;

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) Informar que o resultado do julgamento das Propostas Técnicas será publicado na forma do edital, com a indicação das licitantes classificadas e das desclassificadas, em ordem decrescente de pontuação, abrindo-se prazo para interposição de recurso, caso não haja desistência expressa por parte de todas as licitantes.

12.4. Terceira Sessão:

a) Abertura dos envelopes nº 4, cujos documentos serão rubricados pelos membros da Comissão de Licitação e pelos representantes das licitantes presentes ou por comissão por elas indicada;

b) Examinar o cumprimento, pelas licitantes, das exigências fixadas neste Edital, para elaboração das Propostas de Preços e julgá-las;

c) Apurar a nota da Proposta de Preços (envelope nº 4) e a pontuação final das proponentes classificadas, registrando-se em ata as respectivas pontuações e as propostas desclassificadas;



ESTADO DE SANTA CATARINA
Câmara Municipal de Criciúma

d) Publicação do resultado final, por ordem de classificação, abrindo-se prazo para interposição de recurso, nos termos do que dispõe o art. 165, inc. I, "b", da Lei nº 14.133/2021.

12.5. Quarta Sessão:

a) A Comissão de Licitação convocará a licitante vencedora no julgamento final das Propostas para apresentação, na data, local e hora designados, do envelope nº 5, contendo os Documentos de Habilitação.

b) Em sessão pública, receberá o envelope nº 5 e o abrirá, para análise da sua conformidade com as condições estabelecidas na legislação de regência e no presente Edital.

c) Se os Documentos de Habilitação da licitante classificada em primeiro lugar no julgamento final, atenderem ao quanto exigido, ela será declarada habilitada e, em decorrência, vencedora do certame.

13. DOS RECURSOS ADMINISTRATIVOS

13.1. Dos atos da Comissão de Licitação e da Subcomissão Técnica caberá recurso administrativo, no prazo de 3 (três) dias úteis, contados da data de intimação ou de lavratura da ata, conforme o caso, nos termos do Art. 165 da Lei nº 14.133/2021.

13.2. O recurso deverá ser dirigido à autoridade superior, por intermédio da Comissão de Licitação, que poderá reconsiderar sua decisão no prazo de 3 (três) dias úteis ou, nesse mesmo prazo, encaminhá-lo, devidamente informado, para decisão da autoridade competente.

13.3. O recurso terá efeito suspensivo, salvo quando a decisão recorrida se referir a:

- a) Habilitação ou inabilitação de licitante;
- b) Julgamento de propostas;
- c) Anulação ou revogação da licitação;
- d) Rescisão de contrato.

13.4. O acolhimento do recurso importará a invalidação apenas dos atos insuscetíveis de aproveitamento.

13.5. As demais licitantes serão intimadas para, querendo, apresentar contrarrazões no prazo de 5 (cinco) dias úteis, contados da data da intimação.

14. DA ADJUDICAÇÃO E HOMOLOGAÇÃO

14.1. Após a fase recursal, ou a desistência expressa de todos os recursos, a Comissão de Licitação encaminhará o processo à autoridade competente para a adjudicação do objeto à licitante vencedora.

14.2. A autoridade superior, após a adjudicação, homologará o procedimento licitatório, se não houver ilegalidade ou irregularidade que justifique a anulação ou revogação.

14.3. A homologação do resultado da licitação confere eficácia ao ato de adjudicação e autoriza a contratação.

14.4. A Câmara Municipal de Criciúma poderá revogar a licitação por razões de interesse público, decorrentes de fato superveniente devidamente comprovado, pertinente e suficiente para justificar tal conduta, ou anulá-la por ilegalidade, de ofício ou por provocação de terceiros, mediante parecer escrito e devidamente fundamentado.

15. DA CONTRATAÇÃO

15.1. A licitante vencedora será convocada para assinar o Contrato Administrativo no prazo de até 05 (cinco) dias úteis, contados da data da convocação, sob pena de decair o direito à contratação, sem prejuízo das sanções previstas neste Edital e na legislação.



ESTADO DE SANTA CATARINA
Câmara Municipal de Criciúma

15.2. O prazo de convocação poderá ser prorrogado uma única vez, por igual período, quando solicitado pela licitante durante seu transcurso e desde que ocorra motivo justificado e aceito pela Câmara Municipal de Criciúma.

15.3. A recusa injustificada da licitante vencedora em assinar o contrato, aceitar ou retirar o instrumento equivalente, dentro do prazo estabelecido, caracterizará o descumprimento total da obrigação assumida, sujeitando-a às penalidades cabíveis e à convocação da licitante classificada em segundo lugar, e assim sucessivamente, nas condições propostas pela primeira colocada, inclusive quanto aos preços, ou, se for o caso, nas condições de sua própria proposta, desde que vantajosa para a Administração.

15.4. O Contrato Administrativo terá vigência de **12 (doze) meses**, contados a partir da data de sua assinatura, podendo ser prorrogado por iguais e sucessivos períodos, nos termos do Art. 107 da Lei nº 14.133/2021, desde que haja interesse da Administração e manutenção das condições vantajosas.

16. DAS CONDIÇÕES DE EXECUÇÃO DOS SERVIÇOS

16.1. A execução dos serviços dar-se-á em conformidade com o Termo de Referência (Anexo I), a Proposta Técnica e de Preços da licitante vencedora, e as demais condições estabelecidas no Contrato Administrativo.

16.2. A agência contratada deverá manter, durante toda a execução do contrato, todas as condições de habilitação e qualificação exigidas neste Edital.

16.3. A fiscalização da execução do contrato será realizada por servidor ou comissão designada pela Câmara Municipal de Criciúma, que acompanhará e atestará a conformidade dos serviços prestados.

17. DAS CONDIÇÕES DE PAGAMENTO

17.1. O pagamento pelos serviços efetivamente prestados será realizado mensalmente, mediante apresentação da Nota Fiscal/Fatura devidamente atestada pelo fiscal do contrato, no prazo máximo de 10 (dez) dias úteis, contados da data do ateste.

17.2. A Nota Fiscal/Fatura deverá ser acompanhada dos relatórios de execução dos serviços, comprovantes de veiculação e demais documentos exigidos no Termo de Referência e no Contrato Administrativo.

17.3. As despesas decorrentes desta contratação correrão à conta de dotação orçamentária própria da Câmara Municipal de Criciúma, consignada na Lei Orçamentária Anual (LOA), em elemento específico para despesas com publicidade e comunicação institucional.

17.4. Em caso de atraso no pagamento por culpa exclusiva da Câmara Municipal de Criciúma, os valores devidos serão acrescidos de juros de mora de 0,5% (meio por cento) ao mês, calculados pro rata die, e atualização monetária pelo IPCA, desde a data do vencimento até a data do efetivo pagamento.

18. DAS SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

18.1. A licitante que, injustificadamente, recusar-se a assinar o contrato, deixar de entregar a documentação exigida para a contratação, apresentar documentação falsa, ensejar o retardamento da execução do objeto, não mantiver a proposta, falhar ou fraudar na execução do contrato, comportar-se de modo inidôneo ou cometer fraude fiscal, ficará sujeita às sanções previstas na Lei nº 14.133/2021, no Art. 7º da Lei nº 10.520/2002 e demais legislações pertinentes, sem prejuízo da reparação dos danos causados à Câmara Municipal de Criciúma.

18.2. As sanções poderão ser:

- a) Advertência;
- b) Multa, na forma e nos percentuais previstos no Contrato Administrativo;
- c) Impedimento de licitar e contratar com a Câmara Municipal de Criciúma, pelo prazo de até 3 (três) anos;



ESTADO DE SANTA CATARINA
Câmara Municipal de Criciúma

d) Declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com a Administração Pública, enquanto perdurarem os motivos determinantes da punição ou até que seja promovida a reabilitação perante a própria autoridade que aplicou a penalidade.

18.3. A aplicação das sanções será precedida de processo administrativo, assegurado o contraditório e a ampla defesa.

19. DAS DISPOSIÇÕES GERAIS

19.1. A participação nesta licitação implica a aceitação integral e irretratável de todas as condições e normas estabelecidas neste Edital e seus anexos, bem como das disposições legais aplicáveis.

19.2. É de responsabilidade da licitante o acompanhamento de todas as publicações e comunicações referentes a este processo licitatório.

19.3. Os casos omissos serão dirimidos pela Comissão de Licitação e, se necessário, pela autoridade superior, com base na legislação vigente.

19.4. Fica eleito o foro da Comarca de Criciúma, Estado de Santa Catarina, para dirimir quaisquer dúvidas ou litígios decorrentes deste Edital e do contrato dele advindo, com renúncia a qualquer outro, por mais privilegiado que seja.

19.5. O presente Edital e seus anexos são partes integrantes e indissociáveis do Contrato Administrativo a ser firmado.

20. DOS ANEXOS

Fazem parte integrante deste Edital os seguintes anexos:

- **ANEXO I** – Termo de Referência (com Briefing)
- **ANEXO II** – Modelo de Carta de Credenciamento
- **ANEXO III** – Modelo de Proposta de Preços
- **ANEXO IV** – Minuta de Contrato Administrativo
- **ANEXO V** – Modelo de Declaração Unificada

Criciúma/SC, 03 de março de 2026.

LUIZ MANOEL ALEXANDRE NETO

Presidente da Câmara Municipal de Criciúma



ESTADO DE SANTA CATARINA
Câmara Municipal de Criciúma

ANEXO I - TERMO DE REFERÊNCIA COM BRIEFING

1. DO OBJETO

O presente Termo de Referência tem por objeto a contratação de agência de publicidade e propaganda, nos termos da Lei nº 12.232/2010 e da Lei nº 14.133/2021, para a prestação de serviços técnicos especializados de comunicação institucional integrada destinados à Câmara Municipal de Criciúma. A contratação abrangerá o estudo, planejamento, concepção, criação, execução interna, intermediação e supervisão da execução externa de campanhas e ações publicitárias, bem como o desenvolvimento de estratégias de mídia e não mídia, comunicação digital, design gráfico e fortalecimento da identidade visual institucional.

Os serviços compreenderão, ainda, a produção de peças publicitárias, conteúdos audiovisuais, campanhas informativas, ações de divulgação institucional e planejamento estratégico de comunicação, inclusive no contexto da transição e consolidação da nova sede institucional da Câmara Municipal, assegurando-se que todas as ações estejam alinhadas aos princípios da legalidade, impessoalidade, moralidade, publicidade e eficiência.

2. DA FUNDAMENTAÇÃO E JUSTIFICATIVA

A Câmara Municipal de Criciúma, enquanto órgão integrante do Poder Legislativo local, desempenha função essencial à consolidação da democracia, sendo responsável pela elaboração de normas de interesse municipal, pela fiscalização dos atos do Poder Executivo e pela representação legítima da população criciunense.

A comunicação institucional do Poder Legislativo não se limita à divulgação de atos administrativos, mas constitui instrumento fundamental de transparência ativa, controle social e fortalecimento da participação cidadã. A crescente complexidade das demandas sociais, aliada à necessidade de traduzir a linguagem legislativa para formatos acessíveis à população, impõe a adoção de estratégias profissionais, integradas e tecnicamente estruturadas de comunicação pública.

Atualmente, a comunicação da Câmara vem sendo desenvolvida de forma interna, com limitações estruturais quanto à padronização visual, alcance estratégico, mensuração de resultados e integração multicanal. Nesse contexto, evidencia-se a necessidade de contratação de agência especializada, apta a estruturar planejamento estratégico contínuo, com abordagem técnica, criativa e mensurável.

A presente contratação visa assegurar que as informações institucionais sejam transmitidas de forma clara, acessível e transparente, ampliando o vínculo entre o Poder Legislativo e a comunidade, fortalecendo a imagem institucional e promovendo maior engajamento social nas discussões e decisões que impactam diretamente o desenvolvimento do município.

3. DO BRIEFING INSTITUCIONAL PARA ELABORAÇÃO DO PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

O presente briefing tem por finalidade fornecer às licitantes parâmetros técnicos, estratégicos, institucionais e conceituais que deverão orientar a elaboração do Plano de Comunicação Publicitária, garantindo que as propostas apresentadas demonstrem compreensão aprofundada da realidade institucional da Câmara Municipal de Criciúma, dos desafios contemporâneos da comunicação pública e da responsabilidade inerente à publicidade governamental.

A Câmara Municipal de Criciúma, enquanto órgão integrante do Poder Legislativo local, ocupa posição central na estrutura democrática do Município. Sua atuação transcende a mera produção normativa, constituindo-se como espaço legítimo de debate público, construção coletiva de soluções, fiscalização da aplicação de recursos públicos e representação política das múltiplas realidades que compõem a cidade. Nesse contexto, a comunicação institucional não pode ser compreendida como instrumento meramente informativo, mas como mecanismo estruturante de fortalecimento da cidadania, da transparência e do controle social.

A cidade de Criciúma apresenta diversidade sociocultural expressiva, com bairros que possuem identidades próprias, dinâmicas econômicas distintas, históricos de formação variados e demandas específicas. O Legislativo municipal, por sua natureza representativa, é o espaço onde essas diferentes realidades convergem e se materializam em debates, proposições legislativas, requerimentos, audiências públicas e ações fiscalizatórias. A comunicação institucional deve refletir essa pluralidade, reconhecendo que o Município é resultado da soma de seus bairros, comunidades e segmentos sociais.

Atualmente, observa-se que parte significativa da população possui conhecimento limitado acerca das atribuições do Poder Legislativo, havendo, em determinados segmentos, percepção difusa quanto ao papel da



ESTADO DE SANTA CATARINA
Câmara Municipal de Criciúma

Câmara Municipal na estrutura administrativa do Município. Soma-se a isso a complexidade da linguagem técnica e jurídica inerente ao processo legislativo, que frequentemente dificulta a compreensão dos atos praticados, das deliberações realizadas e do impacto concreto das decisões legislativas na vida cotidiana dos cidadãos.

Diante desse cenário, a comunicação institucional precisa assumir caráter estratégico, didático e estruturado, com capacidade de traduzir temas complexos em linguagem acessível, sem perda de precisão técnica, preservando a neutralidade institucional e afastando qualquer conotação de promoção pessoal de agentes públicos.

A campanha institucional deverá ser desenvolvida sob o tema **“SEU BAIRRO ESTÁ AQUI”**, o qual deverá ser explorado não apenas como slogan publicitário, mas como eixo conceitual estruturante da narrativa institucional. O conceito deverá evidenciar que cada bairro de Criciúma encontra representação legítima no âmbito do Poder Legislativo, sendo a Câmara Municipal o espaço onde as demandas locais são discutidas, encaminhadas e transformadas em ações concretas.

A construção conceitual da campanha deverá contemplar, de forma articulada e aprofundada, os seguintes eixos estratégicos:

A representatividade deverá ser abordada sob a perspectiva institucional, evidenciando que o Legislativo é composto por vereadores eleitos democraticamente para representar os diversos territórios da cidade, atuando como ponte entre a população e as decisões públicas. A comunicação deverá reforçar que o exercício do mandato parlamentar está intrinsecamente ligado à escuta ativa das demandas comunitárias e à formulação de políticas públicas que reflitam as necessidades reais dos bairros.

O pertencimento deverá ser tratado como elemento de identificação coletiva, demonstrando que cada cidadão integra o processo democrático e possui papel relevante na construção da cidade. A campanha deverá estimular a percepção de que a participação social, seja por meio do acompanhamento das sessões, da presença em audiências públicas ou da utilização dos canais institucionais, fortalece o ambiente democrático e amplia a legitimidade das decisões tomadas.

A pluralidade deverá ser explorada como característica estruturante do Município, valorizando a diversidade cultural, econômica, geracional e territorial de Criciúma. A comunicação deverá reconhecer que a riqueza da cidade decorre da coexistência de diferentes realidades e que o Legislativo atua como fórum de convergência dessas múltiplas vozes.

A proximidade institucional deverá ser apresentada como compromisso permanente da Câmara Municipal com a acessibilidade, o diálogo e a transparência. A campanha deverá evidenciar os canais oficiais disponíveis à população, incluindo meios presenciais e digitais, reforçando que o Legislativo está aberto à escuta e à interação constante com a comunidade.

A valorização das comunidades deverá demonstrar que cada bairro possui importância estratégica no desenvolvimento econômico, social e cultural do Município, devendo ser reconhecido como parte integrante da identidade coletiva da cidade.

Além dos eixos conceituais, as propostas deverão considerar os seguintes desafios estruturais de comunicação pública:

- a) A necessidade de simplificação da linguagem legislativa sem prejuízo da precisão técnica, garantindo que atos normativos, projetos de lei e decisões parlamentares sejam compreendidos pelo cidadão comum;
- b) A superação de eventuais percepções de distanciamento entre a população e o Poder Legislativo, por meio de narrativa institucional que evidencie transparência, responsabilidade e presença ativa na vida comunitária;
- c) O estímulo ao engajamento cidadão em temas legislativos, ampliando o interesse público pelo acompanhamento das sessões e pela participação nos mecanismos formais de deliberação;
- d) A comunicação estratégica da nova sede institucional, que deverá ser apresentada como marco de modernização administrativa e melhoria das condições de atendimento à população, demonstrando os benefícios concretos dessa transição;
- e) A utilização integrada e racional de canais tradicionais e digitais, considerando a diversidade geracional do público e as diferentes formas de consumo de informação.



ESTADO DE SANTA CATARINA
Câmara Municipal de Criciúma

A agência deverá apresentar proposta que contemple planejamento multicanal, integrando mídia tradicional (rádio, jornal, televisão local, mídia exterior, entre outros) e mídia digital (redes sociais, plataformas institucionais, conteúdos patrocinados, entre outros), com justificativa técnica detalhada para a escolha dos meios utilizados, fundamentada em critérios de alcance, frequência, perfil demográfico e custo-benefício.

A proposta deverá demonstrar domínio das especificidades da publicidade governamental, respeitando os limites legais que vedam promoção pessoal de autoridades, assegurando caráter exclusivamente institucional, educativo e informativo às peças produzidas.

Espera-se que o Plano de Comunicação Publicitária evidencie compreensão aprofundada do contexto político-institucional do Município, sensibilidade quanto às particularidades socioculturais locais, coerência estratégica entre conceito e execução, viabilidade técnica das soluções propostas e responsabilidade na aplicação dos recursos públicos.

A campanha deverá, ainda, prever mecanismos de acompanhamento e mensuração de resultados, com definição de indicadores quantitativos e qualitativos que permitam avaliar alcance, engajamento, percepção institucional e efetividade das ações implementadas.

Por fim, ressalta-se que a proposta deverá demonstrar alinhamento integral aos princípios constitucionais da Administração Pública, à legislação aplicável à publicidade oficial e às melhores práticas de governança, assegurando que a comunicação institucional da Câmara Municipal de Criciúma se consolide como instrumento legítimo de fortalecimento democrático, transparência ativa e aproximação entre representantes e representados.

4. DOS OBJETIVOS DA COMUNICAÇÃO

A contratação tem como objetivo geral fortalecer a comunicação institucional da Câmara Municipal de Criciúma, promovendo maior transparência, acessibilidade das informações e ampliação da participação cidadã.

Especificamente, busca-se divulgar de maneira clara e compreensível as ações legislativas, os projetos de lei, os debates, as audiências públicas e os serviços oferecidos pela instituição; consolidar a imagem da Câmara como órgão moderno, eficiente, acessível e comprometido com o interesse público; ampliar o conhecimento da população acerca do papel constitucional do Poder Legislativo; incentivar o acompanhamento das sessões e a utilização dos canais oficiais de comunicação; e comunicar estrategicamente a modernização estrutural representada pela nova sede institucional.

5. DO PÚBLICO-ALVO

As ações de comunicação deverão ser direcionadas prioritariamente aos cidadãos do Município de Criciúma, abrangendo moradores de todos os bairros, independentemente de faixa etária, nível de escolaridade ou condição social. A comunicação deverá ser clara, inclusiva, acessível e compatível com a diversidade sociocultural da população.

Como público secundário, incluem-se imprensa local e regional, servidores públicos, entidades de classe, setor empresarial, demais instituições públicas e privadas e demais atores sociais que interagem com o Poder Legislativo municipal.

6. DO ESCOPO DOS SERVIÇOS

A agência contratada deverá desenvolver planejamento estratégico anual de comunicação institucional, contemplando diagnóstico situacional, definição de conceitos criativos, estruturação de campanhas institucionais e definição de estratégias de mídia e não mídia.

Os serviços compreenderão a criação e produção de peças publicitárias para meios tradicionais e digitais, incluindo materiais gráficos, audiovisuais, conteúdos para redes sociais, campanhas de utilidade pública, peças informativas, vídeos institucionais e demais formatos necessários à execução do planejamento aprovado.

Deverá ser apresentado planejamento integrado de mídia, com justificativa técnica para a escolha dos veículos e meios utilizados, simulação nominal de custos de produção e veiculação, cronograma de execução e mecanismos de controle e mensuração de resultados.

A agência deverá, ainda, propor estratégias para fortalecimento e eventual aprimoramento da identidade visual institucional, assegurando padronização e reconhecimento público da marca institucional da Câmara Municipal.



ESTADO DE SANTA CATARINA
Câmara Municipal de Criciúma

7. DA VERBA REFERENCIAL

Para fins de elaboração da proposta técnica, deverá ser considerada verba referencial estimada em **R\$ 300.000,00 (trezentos mil reais)**, destinada à criação, produção e veiculação das campanhas institucionais.

O valor mencionado possui caráter estimativo e não representa obrigação de consumo mínimo, estando a execução financeira condicionada à demanda efetiva e à disponibilidade orçamentária, com pagamentos proporcionais aos serviços efetivamente executados.

8. DA PROPOSTA TÉCNICA

A proposta técnica deverá conter Plano de Comunicação Publicitária estruturado, apresentando raciocínio básico, diagnóstico das necessidades institucionais, estratégia de comunicação, defesa conceitual, ideia criativa, relação de peças propostas, estratégia de mídia e não mídia, simulação de custos e plano de veiculação.

Deverão ser apresentados mecanismos de acompanhamento e avaliação de desempenho, contemplando indicadores quantitativos e qualitativos, tais como alcance, engajamento, taxa de interação, percepção institucional e demais métricas compatíveis com comunicação pública.

9. DA CONFORMIDADE LEGAL E ÉTICA

Todas as ações deverão observar estritamente a legislação vigente, especialmente as normas que regem a publicidade governamental, sendo vedada qualquer forma de promoção pessoal de agentes públicos.

A comunicação deverá possuir caráter exclusivamente institucional, educativo ou informativo, mantendo-se alinhada aos princípios da Administração Pública e às orientações dos órgãos de controle.

10. DA VIGÊNCIA E RESULTADOS ESPERADOS

O contrato terá vigência inicial de 12 (doze) meses, podendo ser prorrogado na forma da legislação aplicável.

Espera-se, como resultado da contratação, o fortalecimento institucional da Câmara Municipal de Criciúma, a ampliação do alcance da comunicação oficial, a melhoria da percepção pública quanto à transparência e eficiência do Legislativo e o aumento do engajamento da população nas atividades legislativas.

Criciúma/SC, 03 de março de 2026.

FABIO ROBERTO MENEGON

Depto de Licitações

]



ESTADO DE SANTA CATARINA
Câmara Municipal de Criciúma

ANEXO I DO TERMO DE REFERÊNCIA

DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

1. HABILITAÇÃO JURÍDICA

1.1. Cópia do registro comercial, no caso de empresa individual;

1.2. Cópia do ato constitutivo, estatuto ou contrato social em vigor, devidamente registrado, em se tratando de sociedades comerciais, e, no caso de sociedade por ações, acompanhado de documentos de eleição de seus administradores;

1.3. Prova de inscrição no Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica (CNPJ/MF);

1.4. Cópia do decreto de autorização, em se tratando 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.

1.5. Declaração de observância do limite de R\$ 4.800.000,00 na licitação, limitada às microempresas e às empresas de pequeno porte que, no ano-calendário de realização da licitação, ainda não tenham celebrado contratos com a Administração Pública cujos valores somados extrapolem a receita bruta máxima admitida para fins de enquadramento como empresa de pequeno porte, sendo esta considerada em caso de omissão para com as empresas que apresentarem a certidão simplificada comprovando tal condição.

1.6. Outros eventuais documentos complementares à proposta e à habilitação, que venham a ser solicitados, deverão ser encaminhados no prazo máximo de 24 horas.

2. REGULARIDADE FISCAL, SOCIAL E TRABALHISTA

2.1. Prova de regularidade com a **Fazenda Nacional**, mediante a apresentação de certidão expedida conjuntamente pela Secretaria da Receita Federal do Brasil (RFB) e pela Procuradoria-Geral da Fazenda Nacional (PGFN), referente a todos os créditos tributários federais e à Dívida Ativa da União (DAU) por elas administrados, inclusive os créditos tributários relativos às contribuições sociais previstas nas alíneas "a", "b" e "c" do parágrafo único do artigo 11 da Lei Federal n.º 8.212/1991, às contribuições instituídas a título de substituição, e às contribuições devidas, por lei, a terceiros;

2.2. Prova de regularidade fiscal perante a **Fazenda Estadual** relativa aos Tributos Estaduais, mediante apresentação de Certidão Negativa de Débito ou Certidão Positiva com efeito de Negativa ou documento equivalente do Estado sede do licitante na forma da lei;

2.3. Prova de regularidade fiscal perante a **Fazenda Municipal** relativa aos Tributos Municipais da sede da proponente, mediante apresentação de Certidão Negativa de Débito ou Certidão Positiva com efeito de Negativa ou documento equivalente do Município sede do licitante na forma da lei;

2.4. Prova de regularidade perante o Fundo de Garantia por Tempo de Serviço - **FGTS**, mediante apresentação do Certificado de Regularidade do FGTS – CRF, fornecido pela Caixa Econômica Federal – CEF;

2.5. Comprovante de inscrição no Cadastro de Pessoas Físicas (**CPF**), se o licitante for pessoa natural, ou no Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica (**CNPJ**), se o licitante for pessoa jurídica;

2.6. Prova de inexistência de débitos inadimplidos perante a Justiça do Trabalho, mediante a apresentação de Certidão Negativa ou Positiva com Efeito de Negativa (**CNDT**), nos termos do artigo 642- A da Consolidação das Leis do Trabalho, aprovada pelo Decreto-Lei 5.452, de 1º de maio de 1943;



ESTADO DE SANTA CATARINA
Câmara Municipal de Criciúma

3. COMPROVAÇÃO DA QUALIFICAÇÃO ECONÔMICO-FINANCEIRA

3.1. Certidão negativa de falência expedida pelo distribuidor da sede da pessoa jurídica, em prazo não superior a 180 dias da data designada para a apresentação do documento.

4. QUALIFICAÇÃO TÉCNICA

4.1. Certificado de qualificação técnica de funcionamento, expedido pelo CENP - Conselho Executivo de Normas Padrão, ou por entidade equivalente legalmente reconhecida e certificadora das condições técnicas de agências de propaganda, nos termos do art. 4º, § 1º da Lei Federal 12.232/2010.

4.2. Comprovação da licitante de possuir vínculo com profissional de nível superior ou outro devidamente reconhecido pelo sindicato da classe, na forma dos artigos 6º e seguintes da Lei Federal nº 4.680/65.

4.2.1. A comprovação do vínculo poderá ser feita mediante a apresentação de cópia do contrato social, no caso de sócio, administrador ou diretor e por ficha de empregado ou da carteira de trabalho, no caso de funcionário.

5. DOCUMENTAÇÃO COMPLEMENTAR

5.1. Declaração de inexistência de fato superveniente impeditivo da habilitação, emitida pelo proponente, assinada pelo representante legal da empresa, podendo ser utilizado o modelo do **DECLARAÇÃO UNIFICADA** (ANEXO V).

5.2. Documento declarando que o licitante não foi declarado inidôneo para licitar ou contratar com o poder público, em qualquer de suas esferas, podendo ser utilizado o modelo do **DECLARAÇÃO UNIFICADA** (ANEXO V).

5.3. Documento declarando que o licitante cumpre o disposto no inciso XXXIII do art. 7º da Constituição da República Federativa do Brasil de 1988, podendo ser utilizado o modelo do **DECLARAÇÃO UNIFICADA** (ANEXO V).

5.4. Documentos matriz/filial: Os documentos apresentados deverão estar em nome do licitante responsável pelo fornecimento com o número do CNPJ e endereço respectivo.

5.4.1. Se o licitante responsável pelo fornecimento for à **matriz**, todos os documentos deverão estar em nome da matriz.

5.4.2. Se o licitante responsável pelo fornecimento for à **filial**, todos os documentos deverão estar em nome desta, exceto os que só podem ser emitidos em nome da matriz.

5.4.3. Os documentos de habilitação poderão ser apresentados em original, por qualquer processo de cópia autenticada por cartório competente ou por membro da Equipe de Apoio, mediante conferência da cópia com o original, ou ainda, por publicação em órgão de imprensa oficial ou impresso de sítios oficiais do órgão emissor.

5.4.4. As certidões e/ou certificados obtidos via Internet poderão ser apresentados em originais ou fotocópias simples sujeitas à verificação da autenticidade no sítio correspondente.

5.4.5. As declarações emitidas pela licitante deverão ser apresentadas no original e ser assinadas por representante legal da empresa.

5.4.6. Deverá Apresentar a Certidão simplificada expedida pela Junta Comercial para comprovação da condição de **Microempresa ou Empresa de Pequeno Porte** (se for de interesse da licitante), na forma do artigo 8º da IN nº 103/2007 do Departamento de registro do Comércio (DNRC), **sob pena de ser desconsiderada tal condição**. Nenhuma outra certidão será aceita em substituição à esta.

5.4.6.1. Será considerada vigente o documento que for emitido no período máximo de **180 dias** que antecede a abertura deste processo licitatório.

5.4.6.2. Não será desclassificada a empresa (micro/pequeno porte) que apresentar documentação com a data



ESTADO DE SANTA CATARINA
Câmara Municipal de Criciúma

de validade vencida, conforme estabelecido no Artigo 42 e seguintes da Lei Complementar 123/2006 de 15 de dezembro de 2006.

5.4.6.3. Caso qualquer dos participantes (micro/pequena empresa ou profissional) apresente Certidão ou documento com a data de validade expirada, será concedido prazo de 05 (cinco) dias, contados do momento em que o proponente for declarado vencedor do certame, prorrogáveis por igual período para que a situação seja regularizada, tudo conforme Lei Complementar 123/2006 de 15/12/2006 com as alterações da Lei Complementar n.º 147/2014.

5.4.6.4. A não regularização da documentação, no prazo previsto no § 1º da Lei Complementar 123/2006 de 15 de dezembro de 2006, implicará decadência do direito à contratação sem prejuízo das sanções previstas no Artigo 81 da Lei 8666/93, de 21 de junho de 1993, sendo facultado à administração convocar os licitantes remanescentes na ordem de classificação, para assinatura do contrato, ou revogar a licitação.



ESTADO DE SANTA CATARINA
Câmara Municipal de Criciúma

ANEXO II – MODELO DE CARTA DE CREDENCIAMENTO

CARTA DE CREDENCIAMENTO

(EM PAPEL TIMBRADO DA LICITANTE)

Pela presente, credenciamos o(a) Sr(a), inscrito(a) no CPF sob o nº, para representar a empresa, inscrita no CNPJ/MF sob o nº....., com sede no endereço, na cidade de, Estado de no processo licitatório Concorrência nº 1/2026, instaurado pela Câmara Municipal de Criciúma/SC, a quem outorgamos amplos poderes para rubricar propostas das demais licitantes, assinar atas e documentos, interpor recursos e impugnações, receber notificações, tomar ciência de decisões, recorrer, renunciar ao direito de interposição de recursos, acordar, transigir, enfim praticar todo e qualquer ato necessário à perfeita representação ativa da outorgante no presente procedimento licitatório, a que tudo daremos por válido.

....., de de 2026.

Carimbo da empresa e/ou identificação gráfica e assinatura devidamente identificada do representante legal da empresa licitante.



ESTADO DE SANTA CATARINA
Câmara Municipal de Criciúma

ANEXO III – MODELO DE PROPOSTA DE PREÇOS

(EM PAPEL TIMBRADO DA LICITANTE)

A
CÂMARA MUNICIPAL DE CRICIÚMA
CONCORRÊNCIA Nº 1/2026

PREÇOS SUJEITOS A VALORAÇÃO

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

- a) ____ % (_____ **por cento**) de desconto a ser concedido à licitada, sobre os custos internos, baseado na tabela de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Santa Catarina.
- b) ____ % (_____ **por cento**) relativos a honorários, a serem cobrados da licitada, incidentes sobre os custos comprovados de serviços realizados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peças, campanhas e materiais publicitários cuja distribuição não nos proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação.
- c) ____ % (_____ **por cento**) relativos a honorários, a serem cobrados da licitada, incidentes sobre os custos de outros serviços realizados por fornecedores, referentes a pesquisas de pré-teste e pós-teste – vinculadas à concepção e criação de campanhas, peças e materiais publicitários – e à elaboração de marcas, de expressões de propaganda, de logotipos e de elementos de comunicação visual.

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 comunicação e de divulgação, transferindo à Câmara Municipal de Criciúma as vantagens obtidas, nos termos do disposto no art. 15, Parágrafo único, da Lei nº 12.232/2010.

Prazo de validade da proposta: (.....) dias.

....., de de 2026.

Carimbo da empresa e/ou identificação gráfica e assinatura devidamente identificada do representante legal da empresa licitante.



ESTADO DE SANTA CATARINA
Câmara Municipal de Criciúma

ANEXO IV – MINUTA DE CONTRATO ADMINISTRATIVO

CONTRATO Nº XX/2026

**TERMO DE CONTRATO QUE FAZEM ENTRE SI A
CÂMARA MUNICIPAL DE CRICIÚMA E A EMPRESA
XXXXXXXXXXXXXXXXXX, NOS TERMOS DA LEI Nº 14.133
DE 01/04/2021.**

Preâmbulo

1. CONTRATANTE: CÂMARA MUNICIPAL DE CRICIÚMA, com sede na Rua Cel. Pedro Benedit, 488, 6º andar, Pio Corrêa, Criciúma-SC, inscrita no C.N.P.J sob o nº 83.728.949/0001-30, ora denominada CONTRATANTE, neste ato representado pelo Sr. XXXXXXXXXXXX, Presidente, inscrito no CPF sob o nº XXXXXXXXXXXX.

2. CONTRATADO: XXXXXXXXXXXXXXXXXXXX, estabelecido na Rua XXXXXXXXXXXXXXXXXXXX, inscrita no C.N.P.J sob o nº XXXXXXXXXXXX, ora denominado CONTRATADO, representado neste ato pelo Sr. XXXXXXXXXXXX, inscrito no CPF sob o nº XXXXXXXX.

3. ADJUDICAÇÃO: O presente termo contratual decorre do processo de Concorrência nº XX/2026, Processo Administrativo nº XX/2026, homologado em XX/XX/2026, regido pela Lei Federal nº 14.133/21, que passa a integrar este contrato independentemente de transcrição, juntamente com a proposta do Contratado.

**CLÁUSULA PRIMEIRA
DO REGIME JURÍDICO, LEGISLAÇÃO APLICÁVEL E DOCUMENTOS VINCULADOS**

1.1. O presente contrato rege-se pela Lei nº 14.133/2021, pela Lei nº 12.232/2010, pela Lei nº 4.680/1965, pelas Normas-Padrão da Atividade Publicitária (CENP), pelos princípios constitucionais aplicáveis à Administração Pública, pelo Edital, Termo de Referência e anexos, bem como pelas propostas vencedoras, que se consideram partes integrantes deste ajuste.

1.2. A execução contratual observará, em especial, o caráter institucional, educativo e informativo da publicidade pública, sendo vedada a promoção pessoal de autoridades e servidores, em conformidade com o art. 37, §1º, da Constituição Federal.

1.3. Em caso de divergência entre documentos, prevalecerá, para fins de interpretação e execução: (I) o Edital e seus anexos, (II) o Termo de Referência, (III) a Proposta Técnica, (IV) a Proposta de Preços e (V) o presente contrato.

**CLÁUSULA SEGUNDA
DO OBJETO E DA ABRANGÊNCIA DOS SERVIÇOS**

2.1. O objeto do presente contrato é a prestação, pela CONTRATADA, de serviços de publicidade institucional para a Câmara Municipal de Criciúma, compreendendo, de forma integrada e por demanda, as atividades típicas de agência de propaganda, incluindo: estudo, planejamento, conceituação, consultoria, concepção, criação, execução interna, intermediação e supervisão da execução externa de ações publicitárias, além da distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação.

2.2. Integram o objeto, também, o planejamento e execução de pesquisas e outros instrumentos de avaliação e geração de conhecimento sobre o público-alvo, os meios de divulgação e os resultados das campanhas; a produção e execução técnica de peças e projetos publicitários; e o desenvolvimento de formatos inovadores e soluções multicanais compatíveis com novas tecnologias e plataformas digitais.



ESTADO DE SANTA CATARINA
Câmara Municipal de Criciúma

2.3. A CONTRATADA atuará por ordem e conta da CONTRATANTE, na forma do art. 3º da Lei nº 4.680/1965, para contratar fornecedores e veículos necessários à execução técnica das peças, campanhas e materiais, bem como para compra de tempo e espaço publicitários, **sem restrição de mídia**, sempre condicionada a prévia autorização formal da CONTRATANTE.

CLÁUSULA TERCEIRA

DO REGIME DE EXECUÇÃO, ORDEM DE SERVIÇO E APROVAÇÃO PRÉVIA

3.1. A execução ocorrerá sob regime de **execução indireta por demanda**, mediante ordens de serviço/autorização formal emitidas pela CONTRATANTE, as quais definirão, conforme cada ação: objetivo, público, prazos, entregáveis, peças, meios, orçamento autorizado, fornecedores e critérios de comprovação.

3.2. Nenhuma despesa com criação, produção, veiculação, impulsionamento, contratação de fornecedor, contratação de veículo, compra de mídia, licenciamento, direitos autorais, deslocamento ou qualquer custo correlato poderá ser assumida sem aprovação prévia, expressa e formal da CONTRATANTE.

3.3. A CONTRATANTE poderá solicitar ajustes, correções, substituição de peças, adequações de linguagem e alterações de estratégia, sempre observando a finalidade pública, a impessoalidade e a conformidade legal.

3.4. Layouts, roteiros e similares reprovados ou não autorizados formalmente não serão cobrados, aplicando-se, quando necessário, o procedimento de refação/ajuste sem ônus adicional.

CLÁUSULA QUARTA

DA VIGÊNCIA E PRORROGAÇÃO

4.1. A vigência do contrato será de 12 (doze) meses, contados da data de sua assinatura.

4.2. O contrato poderá ser prorrogado na forma da Lei nº 14.133/2021, desde que demonstrada a vantagem para a Administração, mantidas as condições pactuadas e observada a disponibilidade orçamentária.

CLÁUSULA QUINTA

DO VALOR ESTIMADO, RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS E NÃO OBRIGATORIEDADE DE CONSUMO

5.1. As despesas decorrentes do presente contrato, para fins de planejamento, ficam estimadas em até **R\$ 2.500,000,00 (dois milhões e quinhentos mil reais)** anuais, conforme Termo de Referência.

5.2. A CONTRATANTE se reserva o direito de, a seu exclusivo critério, utilizar ou não a totalidade do valor estimado, inexistindo obrigação de consumo mínimo, sendo a execução condicionada às demandas efetivas e à disponibilidade orçamentária.

5.3. As despesas correrão à conta da Despesa 5 – Natureza da Despesa 3.3.90.39.88 – Serviços de Propaganda e Publicidade.

CLÁUSULA SEXTA

DA REMUNERAÇÃO DA CONTRATADA E DO DESCONTO DE AGÊNCIA

6.1. Pela execução dos serviços, a CONTRATADA será remunerada conforme percentuais constantes da Proposta de Preços vencedora, que passam a integrar este contrato:

a) ____% sobre os valores previstos na tabela vigente do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Santa Catarina, a título de ressarcimento dos custos internos dos trabalhos realizados pela própria CONTRATADA;



ESTADO DE SANTA CATARINA
Câmara Municipal de Criciúma

b) honorários de ____% incidentes sobre custos comprovados e previamente autorizados de serviços realizados por fornecedores, cuja distribuição não proporcione desconto de agência concedido por veículos;

c) honorários de ____% incidentes sobre custos comprovados e previamente autorizados de serviços de pesquisas (pré e pós-teste), bem como elaboração de marcas, expressões de propaganda, logotipos e elementos de comunicação visual, quando executados por fornecedores.

6.2. Além da remuneração acima, a CONTRATADA fará jus ao desconto padrão de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965 e normas do CENP, observado o regramento do Edital e da Lei nº 12.232/2010.

6.3. Os frutos de planos de incentivo eventualmente concedidos por veículos (bonificações/bonificações técnicas), quando cabíveis, observarão a disciplina da Lei nº 12.232/2010, inclusive quanto ao BV, devendo a execução contratual ser mantida com segregação e transparência suficiente para auditoria e fiscalização.

6.4. Despesas de deslocamento de profissionais da CONTRATADA serão, via de regra, de sua exclusiva responsabilidade, admitindo-se exceção apenas quando estritamente necessária e previamente orçada e aprovada pela CONTRATANTE, por valor líquido e sem cobrança de honorários.

CLÁUSULA SÉTIMA

DA CONTRATAÇÃO DE FORNECEDORES E VEÍCULOS E DO PROCEDIMENTO DE ORÇAMENTAÇÃO

7.1. A contratação de fornecedores e veículos ocorrerá sempre com anuência prévia e expressa da CONTRATANTE, cabendo à CONTRATADA instruir a demanda com elementos técnicos que justifiquem a escolha, a adequação do preço, o prazo e a qualidade.

7.2. Para serviços de produção e execução técnica, a CONTRATADA apresentará, como regra, **03 (três) propostas/orçamentos** obtidos junto a pessoas físicas ou jurídicas, na forma do art. 14 da Lei nº 12.232/2010, para escolha pela CONTRATANTE.

7.3. Caso não seja possível obter 03 (três) propostas, a CONTRATADA deverá apresentar justificativa formal, demonstrando as circunstâncias que impediram a coleta e indicando as razões de mercado, exclusividade, urgência devidamente caracterizada, especificidade técnica ou outros fatores pertinentes, cabendo à CONTRATANTE decidir pela autorização ou não.

7.4. Fica vedada a contratação de fornecedores em que a CONTRATADA ou seus empregados possuam participação societária direta ou indireta, vínculo comercial relevante ou conflito de interesses, salvo se previamente comunicada a situação e expressamente autorizada pela CONTRATANTE, mediante motivação e registro nos autos.

7.5. A CONTRATADA deverá envidar esforços para obter as melhores condições comerciais junto a fornecedores e veículos, transferindo à CONTRATANTE as vantagens obtidas que sejam transferíveis (tais como descontos negociais e condições de pagamento), ressalvado o regramento legal quanto ao BV e incentivos.

CLÁUSULA OITAVA

DOS DIREITOS AUTORAIS, PROPRIEDADE INTELECTUAL E REUTILIZAÇÃO

8.1. A CONTRATADA cede à CONTRATANTE, de forma total, definitiva e gratuita (considerada já incluída na remuneração), os direitos patrimoniais de autor sobre ideias, campanhas, peças, estudos, planos, layouts, roteiros e materiais concebidos e criados no âmbito deste contrato, por ela, seus empregados, prepostos ou subcontratados, permitindo uso, reprodução, adaptação e veiculação pela CONTRATANTE, diretamente ou por terceiros por ela indicados.

8.2. Quando a execução envolver direitos de autor e conexos de terceiros (incluindo trilhas, locuções, imagens, atores, bancos de imagem, tipografias e softwares), a CONTRATADA exigirá dos fornecedores orçamentos e instrumentos de cessão/licenciamento compatíveis com o prazo e as finalidades definidos pela CONTRATANTE, condicionando a contratação à formalização adequada dos direitos.



ESTADO DE SANTA CATARINA
Câmara Municipal de Criciúma

8.3. Na hipótese de reutilização de peças por período igual ao inicialmente ajustado, o percentual máximo a ser pago, quando houver custo adicional de direitos autorais de terceiros, observará teto de 30% do valor original de direitos, admitindo-se proporcionalidade por regra de três para períodos menores, mediante prévia autorização e comprovação.

8.4. A CONTRATADA responderá por demandas de terceiros relacionadas à violação de direitos autorais, direitos de imagem/voz e propriedade intelectual decorrentes de culpa ou dolo, garantindo a CONTRATANTE contra condenações e prejuízos, ressalvadas situações em que a CONTRATANTE tenha fornecido material com restrições não informadas.

CLÁUSULA NONA
DAS OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA

9.1. Constituem obrigações da CONTRATADA, além das demais previstas neste Contrato ou dele decorrentes:

9.1.1. Operar como uma organização completa e fornecer serviços de elevada qualidade.

9.1.2. Realizar, com recursos próprios e, quando necessário, mediante a contratação de fornecedores e veículos - todos os serviços relacionados com o objeto deste Contrato, observadas as especificações estabelecidas pela CONTRATANTE.

9.1.3. A seu critério, a CONTRATADA poderá utilizar-se de sua matriz e/ou filiais para serviços de criação e de produção, bem como de outros complementares ou acessórios que venham a ser necessários, desde que garantidas as condições ora acordadas.

9.1.4. Utilizar os profissionais indicados para fins de comprovação da capacidade de atendimento, na elaboração dos serviços objeto deste Contrato, admitida sua substituição por profissionais com experiência equivalente ou superior.

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

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

9.1.5.2. Serão transferidas a CONTRATANTE, as vantagens obtidas em negociação de compra de mídia, incluídos os eventuais descontos e as bonificações na forma de tempo, espaço ou replicações que tenham sido concedidos pelo veículo, excluindo-se o BV.

9.1.6. Apresentar 03 (três) propostas obtidas entre pessoas físicas ou jurídicas, nos termos do disposto no art. 14 da Lei nº 12.232/10.

9.1.6.1. Se não houver possibilidade de obter 03 (três) propostas de preços, a CONTRATADA deverá apresentar as justificativas pertinentes, por escrito.

9.1.7. Obter a aprovação prévia e expressa da CONTRATANTE, para autorizar despesas com produção, veiculação ou qualquer outra relacionada com este Contrato.

9.1.8. Submeter a contratação de fornecedores, para a execução de serviços objeto deste Contrato, em qualquer hipótese, à prévia e expressa anuência da CONTRATANTE.

9.1.8.1. A contratação de serviços ou compra de material em empresas em que a CONTRATADA ou seus empregados tenham, direta ou indiretamente, participação societária ou qualquer vínculo comercial, somente poderá ser realizada após comunicar a CONTRATANTE este vínculo e obter sua aprovação.

9.1.9. As informações sobre a execução do Contrato, com os nomes dos fornecedores de serviços e veículos, serão divulgadas em site aberto pelo(a) CONTRATANTE, garantido o livre acesso por quaisquer pessoas.

9.1.9.1. A CONTRATADA inserirá as informações sobre valores pagos pelos totais de cada tipo de serviço de fornecedores e de cada meio de divulgação.

9.1.10. Entregar a CONTRATANTE, até o dia 10 (dez) do mês subsequente, um relatório de despesas de produção e veiculação autorizadas no mês anterior e um relatório dos serviços em andamento, este com os dados mais relevantes para uma avaliação do estágio em que se encontram.



ESTADO DE SANTA CATARINA
Câmara Municipal de Criciúma

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

9.1.12. Não caucionar ou utilizar o presente Contrato como garantia para qualquer operação financeira.

9.1.13. Manter, durante a execução deste Contrato, todas as condições de habilitação exigidas na concorrência que deu origem a este ajuste.

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

9.1.15. Assumir, com exclusividade, todos os tributos e taxas que forem devidos por ela, 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.

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

9.1.17. 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.

9.1.17.1. 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 a CONTRATANTE, as importâncias que esta tenha sido obrigada a pagar, dentro do prazo improrrogável de dez dias úteis a contar da data do efetivo pagamento.

9.1.18. 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.

9.1.19. Sujeitar-se à mais ampla e irrestrita fiscalização e supervisão, no que tange ao objeto do presente Contrato, prestando os esclarecimentos solicitados e atendendo às determinações efetuadas.

9.1.20. Manter acervo probatório da totalidade dos serviços prestados e das peças publicitárias produzidas durante o período de 05 (cinco) anos após a extinção do Contrato.

CLÁUSULA DÉCIMA

DAS OBRIGAÇÕES DA CONTRATANTE

10.1. Constituem obrigações da CONTRATANTE, além das demais previstas neste Contrato ou dele decorrentes:

10.1.1 Cumprir todos os compromissos financeiros assumidos com a CONTRATADA;

10.1.2. Comunicar, por escrito, à CONTRATADA, toda e qualquer orientação acerca dos serviços, excetuados os entendimentos orais determinados pela urgência, que deverão ser confirmados, por escrito, no prazo de vinte quatro horas úteis;

10.1.3. Fornecer e colocar à disposição da CONTRATADA todos os elementos e informações que se fizerem necessários à execução dos serviços;

10.1.4. Proporcionar condições para a boa execução dos serviços;

10.1.5. Notificar, formal e tempestivamente, a CONTRATADA sobre as irregularidades observadas no cumprimento deste Contrato;

10.1.6. Notificar a CONTRATADA, por escrito e com antecedência, sobre multas, penalidades e quaisquer débitos de sua responsabilidade;

10.1.7. Manter em site próprio a divulgação das informações sobre a execução deste Contrato, conforme disposto no art. 16 e parágrafo único, da Lei nº 12.232/10.



ESTADO DE SANTA CATARINA
Câmara Municipal de Criciúma

CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA

DA GESTÃO E FISCALIZAÇÃO DO CONTRATO, AUDITORIA E ACEITAÇÃO

11.1. A execução será gerida e fiscalizada por servidor designado, nos termos do art. 117 da Lei nº 14.133/2021, com poderes para solicitar informações, determinar correções, glosar despesas indevidas e atestar a execução.

11.2. A fiscalização poderá rejeitar serviços que não atendam às especificações, à finalidade institucional, à conformidade legal ou aos padrões de qualidade exigidos.

11.3. A CONTRATADA permitirá auditoria interna da CONTRATANTE e/ou auditoria externa por ela indicada, assegurando acesso a documentos, relatórios, comprovantes de veiculação, notas fiscais, orçamentos, autorizações, contratos com fornecedores e demais elementos relacionados.

11.4. A CONTRATANTE poderá realizar avaliação periódica (semestral, preferencialmente) do atendimento, qualidade técnica, resultados e relação custo-benefício, podendo tal avaliação subsidiar decisões de melhoria, ajustes, renovação ou extinção contratual.

CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA

DA TRANSPARÊNCIA ATIVA E PUBLICIDADE DOS DADOS DA EXECUÇÃO

12.1. As informações sobre a execução contratual, especialmente aquelas exigidas pela Lei nº 12.232/2010 (incluindo fornecedores, veículos e valores), serão divulgadas em ambiente eletrônico de acesso público mantido pela CONTRATANTE, assegurado livre acesso.

12.2. A CONTRATADA obriga-se a fornecer tempestivamente as informações necessárias, em formato claro e auditável, incluindo valores por tipo de serviço, por fornecedor e por meio de divulgação, preservadas informações sigilosas na forma da lei quando justificadamente aplicável.

CLÁUSULA DÉCIMA TERCEIRA

DAS CONDIÇÕES DE PAGAMENTO E COMPROVAÇÃO

13.1. O pagamento será efetuado mediante apresentação de Nota Fiscal/Fatura da CONTRATADA, acompanhada, quando couber, das notas fiscais de fornecedores e veículos, comprovantes de execução, relatórios de entrega, documentos de cobrança, autorizações e atestação do fiscal do contrato.

13.2. O pagamento observará o fluxo de liquidação e o prazo definido no processo/edital, condicionado à regularidade fiscal e trabalhista e à inexistência de pendências documentais.

13.3. Para veiculação, deverão ser apresentados comprovantes de veiculação e/ou relatórios de entrega de mídia (quando aplicável), inclusive checagem por monitoramento independente quando houver cobertura disponível (p.ex., TV e monitoramento equivalente), desde que compatível com o plano de mídia e as ferramentas previstas.

13.4. Constatada irregularidade na documentação, a CONTRATANTE poderá devolver para correção ou glosar valores indevidos, reiniciando-se o prazo após saneamento.

13.5. É vedado o pagamento de despesas não previamente autorizadas e formalizadas.

CLÁUSULA DÉCIMA QUARTA

DAS ALTERAÇÕES CONTRATUAIS

14.1. Alterações contratuais reger-se-ão pelos arts. 124 e seguintes da Lei nº 14.133/2021, inclusive quanto a acréscimos e supressões dentro do limite legal.

14.2. Ajustes que não caracterizem alteração substancial poderão ser formalizados por apostilamento, quando cabível.



ESTADO DE SANTA CATARINA
Câmara Municipal de Criciúma

CLÁUSULA DÉCIMA QUINTA

DAS SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

15.1. O inadimplemento total ou parcial sujeitará a CONTRATADA às sanções previstas na Lei nº 14.133/2021, assegurados contraditório e ampla defesa, podendo incluir advertência, multa, impedimento de licitar e contratar e declaração de inidoneidade, conforme gravidade e repercussão.

15.2. As multas (moratória e compensatória), critérios de incidência e limites observarão o edital e a legislação vigente, bem como a proporcionalidade e a motivação do ato sancionatório.

CLÁUSULA DÉCIMA SEXTA

DA EXTINÇÃO CONTRATUAL

16.1. O contrato poderá ser extinto nas hipóteses previstas nos arts. 137 e 138 da Lei nº 14.133/2021, assegurado o devido processo quando exigível.

16.2. Em caso de extinção, serão devidos apenas os pagamentos correspondentes a serviços efetivamente autorizados, executados e comprovados até a data do encerramento, com glosas e compensações legalmente cabíveis.

CLÁUSULA DÉCIMA SÉTIMA

DO COMPLIANCE, INTEGRIDADE E LGPD

17.1. A CONTRATADA declara que não pratica atos lesivos à Administração e compromete-se a observar a Lei nº 12.846/2013, responsabilizando-se por condutas de seus empregados e prepostos.

17.2. Havendo tratamento de dados pessoais em ações de comunicação (p.ex., cadastros, landing pages, formulários, eventos e campanhas digitais), a CONTRATADA deverá observar a Lei Geral de Proteção de Dados (Lei nº 13.709/2018), atuando conforme orientações da CONTRATANTE, com medidas de segurança e minimização de dados.

CLÁUSULA DÉCIMA OITAVA

DOS CASOS OMISSOS E DISPOSIÇÕES FINAIS

18.1. Os casos omissos serão resolvidos à luz do Direito Público, aplicando-se supletivamente princípios contratuais e disposições de Direito Privado quando compatíveis, sempre em consonância com o regime jurídico administrativo.

18.2. A tolerância de qualquer das partes quanto a descumprimentos não implicará renúncia, novação ou alteração contratual.

CLÁUSULA DÉCIMA NONA

DO FORO

19.1. Fica eleito o foro da Comarca de Criciúma/SC, Vara da Fazenda Pública, para dirimir controvérsias decorrentes deste contrato, com renúncia a qualquer outro, por mais privilegiado que seja.

Criciúma, xx de xxxxxxxx de 2026.

XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX
Câmara Municipal de Criciúma

XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX
Contratado



ESTADO DE SANTA CATARINA
Câmara Municipal de Criciúma

ANEXO V – MODELO DE DECLARAÇÃO UNIFICADA

DECLARAÇÃO UNIFICADA

RAZÃO SOCIAL DA EMPRESA:

CNPJ:

ENDEREÇO:

Pelo presente instrumento, a empresa _____, inscrita no CNPJ nº _____, com sede na _____, através de seu representante legal infra-assinado, DECLARA que:

a) Atende aos requisitos de habilitação, respondendo pela veracidade das informações prestadas, na forma da lei;

b) Não foi declarada inidônea em nenhum órgão público, Federal, Estadual ou Municipal e não está impedida ou suspensão de licitar com a Câmara do Município de Criciúma/SC, inexistindo fatos impeditivos para contratar com a Administração Pública;

c) Não possui empregados menores de dezoito anos em jornada noturna, ou em locais insalubres ou perigosos, não possui em seus quadros empregados menores de dezesesseis anos, salvo na condição de aprendiz, a partir dos quatorze anos, em atendimento do Inciso XXXIII do Artigo 7º da Constituição Federal de 1988;

d) Não possui vínculo de natureza técnica, comercial, econômica, financeira, trabalhista ou civil com dirigente da Câmara Municipal de Criciúma/SC, ou ainda com agentes públicos com funções ligadas à licitação, fiscalização/gestão do contrato, ou que deles seja cônjuge, companheiro ou parente em linha reta, colateral ou por afinidade, até o terceiro grau, assim como estamos cientes que caso sejamos contratados pela administração, durante a vigência do contrato/ata, não poderemos contratar pessoa física ou subcontratar pessoa física ou jurídica, se esta possuir vínculo nos mesmos termos declarados neste item;

e) Cumpre as exigências de reserva de cargos para pessoa com deficiência e para reabilitado da Previdência Social, previstas em lei e em outras normas específicas;

f) Não foi condenada judicialmente, com trânsito em julgado, nos 5 (cinco) anos anteriores à divulgação deste edital, por exploração de trabalho infantil, por submissão de trabalhadores a condições análogas às de escravo ou por contratação de adolescentes nos casos vedados pela legislação trabalhista, conforme estabelece o inciso VI do art. 14 da Lei Federal nº 14.133/2021;

g) Apresentou proposta econômica que compreende a integralidade dos custos para atendimento dos direitos trabalhistas assegurados na Constituição Federal, nas leis trabalhistas, nas normas infra legais, nas convenções coletivas de trabalho e nos termos de ajustamento de conduta vigentes.

h) Para os devidos fins de direito, na qualidade de proponente do procedimento licitatório, instaurado, que o(a) responsável legal da proponente é o(a) Sr.(a)....., portador(a) do RG nº e inscrito(a) no CPF nº, cuja função/cargo é (sócio administrador/procurador/diretor/etc), responsável pela assinatura do contrato/Ata de Registro de Preços.

i) Para os devidos fins que em caso de qualquer comunicação futura referente a este processo licitatório, bem como em caso de eventual contratação, concorda que o Contrato/Ata/SF/Notificação, seja encaminhado para os seguintes endereços:

E-mail: XXXXXXXXXXXXX

Telefone: (XX) XXXXXXXXX



ESTADO DE SANTA CATARINA
Câmara Municipal de Criciúma

j) Para os devidos fins que caso altere o citado e-mail ou telefone compromete-se em protocolar pedido de alteração junto ao departamento de compras/licitação e ao setor responsável do órgão requisitante desta Câmara Municipal, sob pena de ser considerada como intimada nos dados anteriormente fornecidos. Por ser expressão da verdade, firmamos a presente declaração.

Assinatura, nome e cargo
(Representante legal da empresa)