

**PROCESSO Nº PA202213306.**

**EDITAL DA CONCORRÊNCIA Nº 002/2022.**

- **MODALIDADE: CONCORRÊNCIA Nº 002/2022**
- **OBJETO:** Contratação de agência de propaganda e publicidade para prestação de serviços descritos neste Edital.
- **TIPO DE LICITAÇÃO: TÉCNICA E PREÇO**
- **LOCAL DE ENTREGA DOS INVÓLUCROS:** Tv. Magno de Araújo, 474, bairro Telégrafo, Belém-PA.
- **DATA DE ABERTURA: 25/07/2022.**
- **HORA DE RECEBIMENTO DOS INVÓLUCROS:** 9h00 às 9h30
- **HORA DE ABERTURA DOS INVÓLUCROS:** 10h00

**O TRIBUNAL DE CONTAS DOS MUNICÍPIOS DO ESTADO DO PARÁ** faz saber aos interessados que a Comissão Especial de Licitação, designada pela Portaria nº 537/2022, receberá e abrirá licitação na modalidade **CONCORRÊNCIA**, do tipo **TÉCNICA E PREÇO**, para contratação de agência de propaganda e publicidade para prestação de serviços descritos neste Edital, segundo disposições da legislação vigente, em especial o artigo 37, parágrafo 1º, da Constituição da República Federativa do Brasil, além das disposições das leis federais nº 12.232, de 29 de abril de 2010, 8.666, de 21 de junho de 1993, atualizada pelas leis 8.883, de 08 de junho de 1994, 9.032, de 28 de abril de 1995, 9.648, de 27 de maio de 1998, 9.854, de 27 de outubro de 1999, relativas a direitos e obrigações; todas estas que as licitantes declaram conhecer e concordar. A presente licitação reger-se-á, subsidiariamente, no que couber, ainda, pela Lei Federal nº 4.680, de 18 de junho de 1965, pelo Decreto Federal nº 57.690, de 1.º de fevereiro de 1966, parcialmente alterado pelo Decreto nº 4.563 de 31 de dezembro 2002, pelas Normas Padrão da Atividade Publicitária, editadas pelo Conselho Executivo das Normas Padrão, reconhecidas como aplicáveis pelo Decreto n. 4.563, de 31 de dezembro de 2002, pelo Código Nacional de Autorregulamentação Publicitária, editado pelo CONAR - Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária, que, mesmo desprovido de força legal, é admitido como instrumento de disciplina ética das atividades de propaganda no País, guardando-se a possibilidade de discussão de casos que se mostrem passíveis de novos entendimentos entre as partes e, por fim, pelo Código de Ética dos Profissionais de Propaganda.

## **1. DO OBJETO**

1.1 A presente licitação tem por objeto a contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agência de propaganda, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e supervisão da execução externa e a distribuição de ações comunicacionais junto a públicos de interesse, para atendimento das necessidades do Tribunal de Contas dos Municípios do Pará.

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

- a) ao planejamento e à execução de pesquisas e aos outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento, relacionados à execução do contrato;
- b) à produção e à execução técnica de peças, materiais e projetos publicitários, de mídia e não

mídia, criados no âmbito do contrato;

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

1.1.2 A agência atuará por ordem e conta do TCM/PA, em conformidade com o art. 3º da Lei nº 4.680/65, na contratação de:

a) fornecedores de serviços de produção especializados ou não, necessários para a execução técnica das peças, campanhas, matérias e demais serviços conexos, previstos no item 1.1.1, alíneas “a”, “b” e “c”;

b) veículos e outros meios de divulgação para a compra de tempo e espaço publicitários, sem qualquer restrição de mídia.

## **2. Compõem o presente instrumento:**

ANEXO I – TERMO DE REFERÊNCIA - TDR

ANEXO II – MODELO DE PROCURAÇÃO;

ANEXO III – PLANILHA DE PREÇOS SUJEITOS À VALORAÇÃO;

ANEXO IV – MINUTA DE CONTRATO.

ANEXO V – MODELO DE DECLARAÇÃO DE SOLVÊNCIA FINANCEIRA

ANEXO VI – MODELO DE DECLARAÇÃO DE PROTEÇÃO DO TRABALHO DO MENOR

## **3. GLOSSÁRIO**

Nesta licitação serão encontradas palavras, siglas e abreviaturas com os mesmos significados, conforme abaixo:

a) - **CONTRATANTE:** TRIBUNAL DE CONTAS DOS MUNICÍPIOS DO ESTADO DO PARÁ, que é signatária do instrumento contratual;

b) - **CONTRATADA:** empresa à qual foi adjudicado o objeto desta licitação e é signatária do contrato com a Administração Pública;

c) - **FISCALIZAÇÃO:** órgão encarregado do acompanhamento e fiscalização do contrato;

d) - **HABILITAÇÃO:** Verificação atualizada da situação jurídica, qualificação técnica e econômico financeira e regularidade fiscal de cada empresa participante da licitação;

e) - **CEL:** Comissão Especial de Licitação, que realizará os procedimentos de recebimento de invólucros, habilitação e julgamento das propostas comerciais referentes a esta licitação;

**(atualizado)**

f) - **TCM:** Tribunal de Contas dos Municípios;

g) - **SUBCOMISSÃO TÉCNICA:** responsável pela análise das propostas técnicas.

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

**4.1** - Poderá participar desta Concorrência a licitante que atender a todas as condições deste Edital e apresentar os documentos nele exigidos, que seja certificada pelo Conselho Executivo das Normas Padrão - CENP e esteja com seu Certificado de Qualificação Técnica em vigor, conforme o art. 4º da Lei 12.232/2010;

**4.2** - Não poderá participar desta licitação a licitante:

**a)** em processo de recuperação judicial e/ou falência, sob concurso de credores, em dissolução ou em liquidação, cisão, fusão e/ou incorporação, ressalvada hipótese de reabilitação;

- b) que por qualquer motivo tenha sido considerada inidônea por qualquer órgão da Administração Pública, direta, indireta, federal, estadual ou municipal;
- c) que esteja reunida em consórcio.

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

## **5. DA FORMA DE APRESENTAÇÃO DAS PROPOSTAS**

**5.1.** As Propostas Técnicas e de Preço deverão ser apresentadas à Comissão Especial de Licitação em **invólucros distintos e separados**, todos fechados, os quais deverão ser identificados com as informações abaixo previstas:

**5.1.1.** A Proposta Técnica deverá ser acondicionada em **03 (três) invólucros distintos**, a saber:

a) Plano de Comunicação Publicitária – **Via não Identificada: Invólucro n.º 1.** ESTE invólucro **SERÁ FORNECIDO PELO TRIBUNAL ATRAVÉS DA COMISSÃO ESPECIAL DE LICITAÇÃO;**

b) Plano de Comunicação Publicitária – **Via Identificada: Invólucro n.º 2;**

c) Demais informações integrantes da Proposta Técnica: **Invólucro n.º 3.**

**5.1.1.1. A PROPOSTA TÉCNICA: PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA VIA NÃO IDENTIFICADA,** deverá conter: Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia. Este **invólucro NÃO PODERÁ TER NENHUMA IDENTIFICAÇÃO NA PARTE EXTERNA**, para preservar o sigilo quanto à autoria do Plano de Comunicação Publicitária, até a abertura do **invólucro n.º 2.**

**5.1.1.1.2.** A Comissão Especial de Licitação só aceitará o **PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA VIA NÃO IDENTIFICADA** se estiver acondicionado no **invólucro n.º 1**, fornecido por este Tribunal.

**5.1.1.1.3. O PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA VIA NÃO IDENTIFICADA** deverá ser redigido em língua portuguesa, com exceção feita a expressões técnicas de uso corrente, com clareza, sem emendas ou rasuras, e elaborado da seguinte forma:

- \* em papel A4 branco, fosco, 75 g/m<sup>2</sup>;
- \* espaçamento de 2cm na margens direita, esquerda, superior e inferior, a partir da borda;
- \* sem recuos nos parágrafos e linha subsequentes;
- \* com uma folha em branco na frente e outra no final do caderno;
- \* com texto justificados;
- \* com espaço “simples” entre linhas;
- \* com texto em fonte “arial”, tamanho 12 pontos;
- \* com numeração em todas as páginas a partir da primeira interna, em algarismos, no canto inferior direito da página;
- \* em caderno único de até 30 páginas;
- \* sem identificação da licitante.
- \* encadernado em espiral preta no lado esquerdo, com capa plástica transparente na frente e preta atrás;

**5.1.1.1.3.1.** As especificações do subitem **5.1.1.1.3** aplicam-se, no que couber, ao subquesto “Ideia Criativa”.

**5.1.1.1.4.** As tabelas, gráficos e planilhas do subquesto “Estratégia de Mídia e Não Mídia” poderão ter fontes tipográficas habitualmente utilizadas nesses documentos.

**5.1.1.1.5. O PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA VIA NÃO IDENTIFICADA** não poderá conter informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro

elemento que permita a identificação de sua autoria.

**5.1.1.1.6.** Os exemplos de peças que integram a “Ideia Criativa”, sem nenhuma identificação de sua autoria, devem ter formatos compatíveis com suas características e adequar-se ao tamanho do **invólucro n.º 1**.

**5.1.1.1.7.** O **invólucro n.º 1** deverá ser retirado pelas licitantes a partir do dia **11/07/2022**, das 08:00h às 14:00h, no prédio sede do TCM, no segundo andar, na sala da CPL/DAD, fone 91-3210-7819, situado na Trav. Magno de Araújo, nº 474, bairro Telégrafo, Belém-PA.

**5.1.1.2. O PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA VIA IDENTIFICADA** deverá ser apresentado no **invólucro n.º 2**, assim devidamente identificado, mediante aposição de etiqueta, conforme abaixo:

TRIBUNAL DE CONTAS DOS MUNICÍPIOS DO ESTADO DO PARÁ

Comissão Especial de Licitação  
CONCORRÊNCIA N.º 002/2022

**Invólucro N.º 2 PROPOSTA TÉCNICA:** Plano de Comunicação Publicitária **VIA IDENTIFICADA:** (Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária e Estratégia de Mídia e Não Mídia).

Razão Social da Licitante:

CNPJ/MF:

END:

**5.1.1.3.** O **invólucro n.º 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.

**5.1.1.4.** O Plano de Comunicação Publicitária – **Via Identificada**, sem os exemplos de peças que ilustram a “Ideia Criativa”, deverá constituir-se em uma **cópia da via não identificada**, com a identificação da licitante, e deve ser datado e assinado na última página e rubricado nas demais por quem detenha poderes de representação legal da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

**5.1.1.5. Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação** serão informados no **invólucro n.º 3**, assim identificado, mediante aposição de etiqueta, conforme abaixo:

TRIBUNAL DE CONTAS DOS MUNICÍPIOS DO ESTADO DO PARÁ

Comissão Especial de Licitação  
CONCORRÊNCIA N.º 002/2022

**Invólucro N.º 3 PROPOSTA TÉCNICA:** (Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação)

Razão Social da Licitante:

CNPJ/MF:

END:

**5.1.1.5.1.** O **invólucro n.º 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 a sua abertura.

**5.1.1.5.2.** O **invólucro n.º 3** e os documentos nele acondicionados (Capacidade de

Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação) não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – **Via não Identificada** e que permita a identificação de sua autoria, antes da abertura do **invólucro n.º 2**.

**5.1.2.** A Proposta de Preços deverá ser condicionada no **invólucro n.º 4**, assim identificado, mediante aposição de etiqueta:

<p>TRIBUNAL DE CONTAS DOS MUNICÍPIOS DO ESTADO DO PARÁ Comissão Especial de Licitação CONCORRÊNCIA N.º 002/2022</p> <p><b>Invólucro N.º 4 PROPOSTA DE PREÇOS</b></p> <p>Razão Social da Licitante: CNPJ/MF: END:</p>
--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

**5.1.2.1.** O **invólucro n.º 4** será providenciado pela licitante e deverá ser inviolável quanto às informações de que trata, até sua abertura.

**5.1.2.2.** A Proposta de Preços deverá ser apresentada em papel timbrado da licitante, ter suas páginas numeradas sequencialmente e ser redigida em língua portuguesa, com clareza, sem emendas ou rasuras, conforme modelo do **ANEXO III**, por quem detenha poderes de representação legal da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

**5.1.2.3.** No ato de entrega dos invólucros com as Propostas Técnica e de Preços, o representante da licitante apresentará à **Comissão Especial de Licitação** o documento que o credencia a participar da licitação, juntamente com seu documento de identidade de fé pública.

## **6. DO CONTEÚDO DA PROPOSTA TÉCNICA (invólucros 1, 2 e 3)**

**6.1. A PROPOSTA TÉCNICA** consistirá em **dois quesitos**:

**6.1.1. PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA:** A licitante apresentará Plano de Comunicação Publicitária, elaborado com base no Briefing (Anexo I deste Edital). Este plano consistirá de um conjunto de textos com, no máximo 30 (trinta) laudas e anexos da Ideia Criativa em quantidade de 05 (cinco). O Plano de Comunicação estará nos seguintes subquesitos: **(atualizado)**

**6.1.1.1. Raciocínio Básico:** Texto em que a licitante demonstrará seu entendimento sobre o TCM-PA, seu produto, sua linha de atuação específica e suas necessidades de comunicação;

**6.1.1.2. Estratégia de Comunicação Publicitária:** Texto em que a licitante:

a) apresentará e defenderá o conceito que, de acordo com o seu raciocínio básico, devem fundamentar a proposta de solução do problema específico de comunicação do Tribunal Contas dos Municípios do Estado do Pará;

b) explicitará e defenderá os principais pontos da estratégia de comunicação publicitária sugerida para a solução do problema específico de comunicação, especialmente o que dizer, a quem dizer, como dizer, quando dizer e que instrumentos, ferramentas e meios de divulgação utilizar, visto a tornar uma linguagem acessível ao público em geral para fim de melhor compreensão da campanha e potencialização de resultados.

**6.1.1.3. Ideia Criativa:** A licitante apresentará campanha publicitária que corporifiquem objetivamente a proposta defendida na estratégia de comunicação, considerando:

- a) apresentar relação de todas as peças e ou material que julgar necessários para a execução da sua Proposta de Estratégia de Comunicação Publicitária, como previsto no subitem 6.1.1.2, podendo incluir comentários sobre cada peça e ou material.
- b) da relação prevista na alínea anterior, escolher e apresentar como exemplos 5 (cinco) peças e/ou material, independente do meio de divulgação, do tipo ou característica, que julgar mais indicados para corporificar objetivamente sua proposta de solução de comunicação, conforme explicitado na sua Estratégia de Comunicação Publicitária;
- c) podem ser apresentadas sob forma de roteiro ou monstro (primeiro esboço de um spot publicitário ou vídeo) para rádio e TV e layout para mídia impressa e internet, sem inclusão de storyboardies.

**6.1.1.4. Estratégia de Mídia e Não Mídia** – Constituída de texto em que a licitante:

- a) demonstre conhecimento e análise dos hábitos de comunicação do público, sendo permitida a inclusão de tabelas e gráficos;
- b) simulação de plano de distribuição das peças de que trata o item 5.7 do Termo de Referência (Anexo I do edital), acompanhada de tabelas, planilhas e texto com a explicitação das premissas adotadas e suas justificativas;
  - b.1) Todas as peças e materiais que integrarem a relação comentada prevista na alínea ‘a’ do subitem 6.1.1.3 deverão constar dessa simulação.
  - b.2) Dessa simulação deverá constar resumo geral com informações sobre, pelo menos:
    - I. O período de distribuição das peças e ou material;
    - II. As quantidades de inserções das peças em veículos de divulgação;
    - III. Os valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em veículos de divulgação, separadamente, por meios;
    - IV. Os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção e/ou na execução técnica de cada peça destinada a veículos de divulgação;
    - V. As quantidades a serem produzidas de cada peça e/ou material de Não Mídia;
    - VI. Os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção de cada peça e ou material de Não Mídia;
  - b.3) Nessa simulação:
    - I. Os preços das inserções em veículos de comunicação devem ser os de tabela vigente na data de publicação do aviso de licitação;
    - II. Deve ser desconsiderado o repasse de parte do desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;
    - III. Devem ser desconsiderados os custos internos e os honorários sobre todos os serviços de fornecedores.
    - IV. Fica a critério da licitante a definição do período de veiculação e praças a serem considerados na simulação da mídia.
    - V. A licitante deverá tomar como referencial para a simulação da campanha uma verba hipotética de até R\$-300.000,00 (trezentos mil reais)

**6.1.2. CAPACIDADE DE ATENDIMENTO: :**

**6.1.2.1.** A relação nominal dos principais clientes atendidos pela licitante à época da apresentação dos documentos de habilitação, com a especificação do período de atendimento de cada um deles.

**6.1.2.2.** Quantificação e a qualificação, sob a forma de currículo resumido (no mínimo, nome, formação e experiência), dos profissionais que serão colocados à disposição da execução do contrato, discriminando-se as áreas de estudo e planejamento, criação, produção de rádio e

TV, produção gráfica, gestão de mídias sociais, mídia e atendimento.

**6.1.2.3.** Instalações, infraestrutura e os recursos materiais disponíveis para a execução do contrato.

**6.1.2.4.** Sistemática de atendimento, discriminando-se as obrigações a serem cumpridas pela licitante, na execução do contrato, incluídos os prazos a serem praticados, em condições normais de trabalho, na criação de peças avulsas ou de campanha e na elaboração de plano de mídia.

**6.1.3. REPERTÓRIO:** apresentação, sob a forma de peças e respectivas fichas técnicas, de um conjunto de trabalhos, concebidos e veiculados/expostos pela licitante.

**6.1.3.1.** Poderão ser apresentadas 05 (cinco) peças, independentemente do meio de divulgação, do tipo, características da peça, todas veiculadas ou expostas a partir de 2017.

**6.1.3.2.** As peças de vídeo, spots e/ou jingles e de internet poderão ser fornecidas em CD, DVD ou Pendrive; as peças gráficas, impressas em proporções que preservem suas dimensões originais e sua leitura.

**6.1.3.3.** As peças não podem referir-se a trabalhos solicitados e/ou aprovados pelo TCM-PA.

**6.1.4. Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação:** Deverão ser apresentados até 02 (dois) cases, relatando, em no máximo 02 (duas) páginas cada, soluções de problemas de comunicação. Os relatos terão de ser formalmente referendados pelos respectivos anunciantes e não podem referir-se a ações de comunicação solicitadas e/ou aprovadas pelo TCM-PA.

## **7. DA REMUNERAÇÃO E DA PROPOSTA DE PREÇO**

**7.1.** O valor estimado para a execução do Contrato dar-se-á anualmente pelas dotações orçamentárias do Tribunal de Contas dos Municípios do Estado do Pará. Para o exercício de 2022, estima-se o valor anual de R\$-750.000,00 (setecentos e cinquenta mil reais).

**7.1.2.** O valor dos serviços será orçado pela contratada em cada caso, em função dos custos respectivos, obedecendo-se, rigorosamente, sob pena de responsabilidade, sua compatibilidade com os preços de mercado, e serão submetidos à apreciação do gerenciador do respectivo contrato que decidirá quanto à sua aprovação.

**7.1.3.** A execução desses serviços será remunerada originalmente na forma abaixo, levando-se em consideração os eventuais descontos e repasses concedidos pelas Licitantes, na forma apresentada na Proposta de Preço:

**7.1.3.1.** Pelo “desconto de agência” de 20% (vinte por cento) sobre as veiculações efetivadas, incidente sobre o valor da mídia efetivamente negociada, inclusive Publicidade Legal ou Obrigatória, e que, nos termos das Normas Padrão da Atividade Publicitária, é pago à Agência a ser contratada, pelos veículos de comunicação. Excetuam-se deste capítulo qualquer publicação obrigatória na Imprensa Oficial. A Agência Contratada não fará jus a nenhuma remuneração a título de custos internos nos serviços de publicidade legal

**7.1.3.2.** Pelos honorários de até 15% (quinze por cento) sobre custos de produção/suprimentos/serviços realizada tecnicamente por terceiros, fornecedores de bens e/ou serviços decorrentes do estudo ou de criação intelectual das Agências contratadas, e sob sua supervisão técnica;

**7.1.3.3.** Pelos honorários de até 10% (dez por cento) sobre os custos de produção realizada por terceiros, fornecedores de bens e/ou serviços, quando a responsabilidade da Agência se limitar exclusivamente à contratação ou pagamento do serviço ou suprimento;

**7.1.3.4.** Pelos valores vigentes da Lista de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Pará, para os serviços que serão executados pelo pessoal e/ou com recursos próprios da agência (custos internos, sem envolvimento de terceiros);

**7.2. A política de negociação:**

**7.2.1.** O critério de concessão de desconto sobre a remuneração das Agências, decorrente de trabalhos de produção/suprimentos/serviços realizados tecnicamente por terceiros, a partir de estudo ou de criação intelectual das Agências e sob sua supervisão e responsabilidade, conforme item **7.1.3.2.**, variando entre o percentual de 10% (dez por cento) a 15% (quinze por cento) sobre o valor do custo de produção, suprimentos e serviços externos;

**7.2.2.** O critério de concessão de desconto sobre a remuneração das Agências, decorrente de trabalhos de produção/suprimentos/serviços externos, nos casos em que a responsabilidade das Agências se limitar à contratação dos serviços ou suprimentos, conforme item **7.1.3.3.**, variando entre o percentual de 5% (cinco por cento) a 10% (dez por cento) sobre o valor do custo de produção/suprimentos externos;

**7.2.3.** Declaração de que a Agência se compromete a reverter à Contratante parcela do “Desconto de Agência” a que faz jus, observados os parâmetros contidos no Sistema Progressivo de Serviços/Benefícios, instituído pelo item 4.4 das Normas Padrão da Atividade Publicitária, editado pelo CENP – Conselho Executivo das Normas Padrão.

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

**7.4.** A Proposta de Preços deverá ser apresentada em conformidade com o estabelecido no **Anexo III.**

## **8. DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO**

**8.1.** Somente as licitantes classificadas no julgamento final das Propostas Técnica e de Preços apresentarão os documentos relativos à habilitação, consistentes em:

### **8.1.1. Habilitação Jurídica**

- a) ato constitutivo, estatuto ou contrato social devidamente registrado, acompanhado de documentos de eleição de seus administradores, no caso de sociedades por ações, bem como cópia e original dos documentos de identidade dos sócios;
- b) inscrição do ato constitutivo em Cartório de Registro de Pessoas Jurídicas. No caso de sociedades civis, acompanhada de prova da diretoria em exercício;
- c) Alvará de Funcionamento.

### **8.1.2. Regularidade Fiscal**

- a) prova de inscrição no Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica – CNPJ(MF);
- b) prova de inscrição no cadastro de contribuintes municipal, relativa à sede da licitante, pertinente ao seu ramo de atividade e compatível com o objeto desta Concorrência;
- c) Certidão Conjunta Negativa de Débitos Relativos a Tributos Federais e à Dívida Ativa da União, expedida por órgãos da Secretaria da Receita Federal do Brasil e da Procuradoria-geral da Fazenda Nacional com jurisdição sobre o local da sede da licitante;
- d) Certidão Negativa de Débito expedida pela Secretaria de Finanças (ou órgão equivalente no Município) do Município em que estiver localizada a sede da licitante;
- e) Certidão Negativa de Débito expedida pela Secretaria de Finanças (ou órgão equivalente no Estado) do Estado em que estiver localizada a sede da licitante;
- f) Certidão Negativa de Débito junto à Previdência Social – CND, em vigor na data de

apresentação dos documentos de habilitação;

g) Certificado de Regularidade de Situação junto ao Fundo de Garantia do Tempo de Serviço – FGTS, em vigor, na data de apresentação dos documentos de habilitação;

h) Declaração de cumprimento ao disposto no inciso XXXIII, do art. 7º da Constituição Federal, constando que não mantém relação de trabalho noturno, perigoso ou insalubre com menor de 18 (dezoito) anos e qualquer trabalho com menor de 16 (dezesesseis) anos, salvo na condição de aprendiz a partir de 14 (quatorze) anos, assinado pelo representante legal da empresa ou preposto devidamente designado.

### **8.1.3. Regularidade Trabalhista**

a) A Documentação relativa à prova de inexistência de débito perante a Justiça do Trabalho, mediante apresentação de certidão negativa, nos termos do Título VII-A da Consolidação das Leis do Trabalho (acrescentada pela Lei nº 12.440 de 07 de julho de 2011)

**8.1.4.** As certidões que não apresentarem prazo de validade serão consideradas válidas pelo prazo de 90 (noventa) dias, contados da data da respectiva emissão.

### **8.1.5. Qualificação Técnica:**

a) pelos menos uma declaração, expedida por pessoa jurídica de direito público ou privado, que ateste que a licitante prestou à declarante serviços compatíveis com os do objeto desta Concorrência;

b) Comprovante de registro ou inscrição da licitante na entidade profissional competente: Sindicato das Agências de Propaganda de sua base territorial ou Associação Brasileira de Agências de Publicidade – ABAP, para atendimento do art. 30, inciso I, da Lei 8.666.

c) Declaração de dois veículos de comunicação dando conta do fiel cumprimento, por parte da licitante, dos compromissos por ela assumidos em nome de seus clientes, subscritos em prazo não superior a 90 (noventa) dias da data da abertura deste certame.

d) Declaração de possibilidade operacional em Belém, Pará, subscrita por representante legal da empresa. e) Declaração de boa situação financeira, conforme modelo no Anexo V.

### **8.1.6. Qualificação Econômico – Financeira**

a) balanço patrimonial e demonstrações contábeis do último exercício social já exigíveis e apresentados na forma da lei, que comprovem a boa situação financeira da empresa, vedada a substituição por balancetes ou balanços provisórios, podendo ser atualizados por índices oficiais quando encerrados há mais de 3 (três) meses da data de apresentação da proposta;

b) certidão negativa de falência, concordata, e recuperação judicial, expedida pelo distribuidor da sede do licitante;

c) a boa situação financeira de todas as licitantes classificadas será avaliada pelos Índices de Liquidez Geral (LG), Solvência Geral (SG) e Liquidez Corrente (LC), iguais ou maiores que 1 (um), resultantes da aplicação das fórmulas abaixo, com os valores extraídos de seu balanço patrimonial:

$$LG = \frac{\text{ATIVO CIRCULANTE} + \text{REALIZÁVEL A LONGO PRAZO}}{\text{PASSIVO CIRCULANTE} + \text{EXIGÍVEL A LONGO PRAZO}}$$

$$SG = \frac{\text{ATIVO TOTAL}}{\text{PASSIVO CIRCULANTE} + \text{EXIGÍVEL A LONGO PRAZO}}$$

$$LC = \frac{\text{ATIVO CIRCULANTE}}{\text{PASSIVO CIRCULANTE}}$$

**8.1.7.** Sob pena de inabilitação, os documentos apresentados deverão estar:

- a) em nome da licitante e com o n.º do CNPJ e endereço respectivo;
- b) todos em nome da matriz ou todos em nome da filial, exceto aqueles que só possam ser fornecidos pela matriz; e
- c) não serão aceitos documentos cujas datas estejam rasuradas.

**8.1.8.** A não apresentação de qualquer um dos documentos exigidos implicará na imediata inabilitação da empresa e consequente desclassificação do pleito.

## **9. DO JULGAMENTO DA PROPOSTA TÉCNICA**

**9.1.** As Propostas Técnicas serão analisadas e julgadas por uma Subcomissão Técnica, que não poderá participar da sessão de recebimento e abertura dos **invólucros** n.ºs 1 e 3, de caráter público.

**9.2.** A **CEL** receberá os **invólucros** com as Propostas Técnica e de Preços, no local, dia e horário determinados neste Edital.

a) Os **invólucros** n.º 1, fornecidos pela **CEL**, somente serão por ela recebidos se não apresentarem marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento capaz de identificar a licitante.

b) A **CEL** não lançará nenhum código, sinal ou marca nos **invólucros** padronizados não identificados que contenham o Plano de Comunicação Publicitária (**invólucro** n.º 1).

**9.3.** A **CEL** abrirá os **invólucros** n.ºs 1 e 3 em sessão pública, franqueando o exame dos documentos dele constantes aos presentes. Em seguida, encaminhará os **invólucros** n.ºs 1 e 3 à Subcomissão Técnica para análise e julgamento, obedecendo o rito do art. 11, §4º, da Lei 12.232/2010. **(atualizado)**

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

### **9.4.1. Plano de Comunicação Publicitária.**

**9.4.1.1. Raciocínio Básico** – acuidade de compreensão:

- a) das características do Tribunal de Contas dos Municípios do Estado do Pará e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária;
- b) da natureza, da extensão e da qualidade das relações do Tribunal de Contas dos Municípios do Estado do Pará com seus públicos;
- c) do papel do Tribunal de Contas dos Municípios do Estado do Pará no atual contexto social, político e econômico;
- d) do problema específico de comunicação do Tribunal de Contas dos Municípios do Estado do Pará.

### **9.4.1.2. Estratégia de Comunicação Publicitária:**

- a) a adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza e à qualificação do Tribunal de Contas dos Municípios do Estado do Pará e a seu problema específico de comunicação;
- b) a riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação do Tribunal de Contas dos Municípios do Estado do Pará com seus públicos;
- c) a adequação da estratégia de comunicação publicitária proposta para solução do problema específico de comunicação do Tribunal de Contas dos Municípios do Estado do Pará;
- d) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta, objetivos do Tribunal de Contas dos Municípios do Pará e a verba disponível.

### **9.4.1.3. Ideia Criativa:**

- a) sua adequação ao problema específico de comunicação do Tribunal de Contas dos Municípios do Estado do Pará;
- b) a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;

- c) a cobertura dos segmentos de público ensejada por essas interpretações;
- d) a originalidade da combinação dos elementos que a constituem;
- e) a simplicidade da forma sob a qual se apresenta;
- f) sua pertinência às atividades do Tribunal de Contas dos Municípios do Estado do Pará e à sua inserção na sociedade;

**9.4.1.4. Estratégia de Mídia e Não Mídia:**

- a) o conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público prioritários;
- b) a capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos;
- c) a consistência do plano simulado de distribuição das peças em relação às duas alíneas anteriores;
- d) a pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos próprios de comunicação do Tribunal de Contas dos Municípios do Estado do Pará;
- e) a economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição de peças;

**9.4.2. Capacidade de Atendimento:**

- a) o tempo de experiência profissional em atividades publicitárias;
- b) a adequação das qualificações à estratégia de comunicação publicitária do Tribunal de Contas dos Municípios do Estado do Pará;
- c) a capacidade de, no prazo estabelecido em contrato, instalar, em Belém, Pará, estrutura de atendimento compatível com o volume e a característica dos serviços a serem prestados à CONTRATANTE;
- d) a operacionalidade do relacionamento entre o Tribunal de Contas dos Municípios do Estado do Pará e a licitante, esquematizado na Proposta;
- e) a segurança técnica e operacional ensejada pelos procedimentos especificados na Proposta;
- f) a relevância e a utilidade das informações de comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que colocará regularmente à disposição do Tribunal de Contas dos Municípios do Estado do Pará, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato.

**9.4.3. Repertório:**

- a) a idéia criativa e sua pertinência;
- b) a clareza da exposição;
- c) a qualidade da execução e do acabamento.

**9.4.4. Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação:**

- a) a concatenação lógica da exposição;
- b) a evidência de planejamento publicitário;
- c) a consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução;

**9.5.** A nota da Proposta Técnica está limitada ao máximo de **80 (oitenta) pontos** e será apurada segundo a metodologia a seguir.

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

**a) Plano de Comunicação – 40 (quarenta) pontos, assim distribuídos:**

- a.1) Raciocínio Básico: Máximo – 10 (dez) pontos
- a.2) Estratégia de Comunicação Publicitária: Máximo de 10 (dez) pontos
- a.3) Ideia Criativa: Máximo de 10 (dez) pontos
- a.4) Estratégia de mídia e não mídia 10 (dez) pontos

**b) Capacidade de Atendimento: Máximo de 10 (dez) pontos**

**c) Repertório: Máximo de 15 (quinze) pontos**

**d) Relato de Soluções de Problemas de Comunicação: Máximo de 15 (quinze) pontos**

**9.5.2.** A pontuação final de cada Proposta Técnica será definida pela soma das notas atribuídas a cada um dos fatores relacionados no item **9.5.1** supra, completando o total de até 80 (oitenta) pontos. **9.5.2.1.** As propostas que não obtiverem a nota mínima de 60 (sessenta) pontos serão desclassificadas. **9.5.2.2.** As propostas que obtiverem nota igual ou superior a 60 (sessenta) pontos serão classificadas em ordem decrescente, a partir da que acumular maior pontuação.

**9.5.2.3.** Divulgada a classificação da Proposta Técnica serão designados em publicação no Diário Oficial Eletrônico do TCM dia e hora para abertura dos invólucros nº 04 contendo as Propostas Comerciais das Licitantes classificadas tecnicamente. **(atualizado)**

## **10. DA VALORAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇOS**

**10.1.** A Proposta de Preços da licitante classificada será examinada, preliminarmente, quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Edital e em seus anexos.

**10.2.** Será atribuído um total de 20 (vinte) pontos como Nota de Preço à proposta que ofertar o maior desconto no somatório dos itens **10.2.1.**, **10.2.2.** e **10.2.3.** do presente Edital, como se segue:

**10.2.1.** 08 (oito) pontos para a Agência Licitante que der o máximo desconto nos honorários incidentes sobre o custo junto a fornecedores especializados em produção, suprimentos e serviços externos, até o limite de 5% (cinco por cento). Para outras propostas, será concedida a fração de 1,6 ponto (um quinto da máxima pontuação) para cada 1% (um por cento) de redução nos honorários dos 15% (quinze por cento) originais, até o limite de 5% (cinco por cento) de desconto;

**10.2.2.** 08 (oito) pontos para a agência que der o máximo desconto nos honorários incidentes sobre o custo junto a fornecedores especializados em produção, suprimentos e serviços externos, quando a responsabilidade da mesma limitar-se, exclusivamente, à contratação ou pagamento da produção, serviço ou suprimento, até o limite de 5% (cinco por cento) de desconto. Para as demais propostas será concedida a fração de 1,6 ponto (um quinto da máxima pontuação) para cada 1% (um por cento) de desconto de redução nos honorários dos 10% (dez por cento) originais, até o limite de 5% (cinco por cento) de desconto;

**10.2.3.** 04 (quatro) pontos para a proposta que apresentar 60% (sessenta por cento) de desconto sobre a Tabela de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Pará; 02 (dois) pontos para a proposta que ultrapassar 30% (trinta por cento) de desconto, e 01 (um) ponto até os primeiros 30% (trinta por cento) de desconto, limitado o desconto a 60% (sessenta por cento) do valor da referida tabela.

**10.2.4.** Não se considerará qualquer oferta de vantagem não prevista no Edital, nem preço ou vantagem baseados em ofertas de outras Licitantes.

**10.2.5.** Não se admitirá proposta que apresente preço global ou unitário simbólico, irrisório ou de valor zero, ou incompatível com os preços de mercado ou em desacordo com as Normas Padrão estabelecidas pelo CENP.

**10.2.6.** Será desclassificada a proposta que:

a) Não alcançar, no total, a nota técnica mínima global de 60 (sessenta) pontos; **(atualizado)**

b) Obter nota zero em qualquer dos quesitos a que se referem os itens anteriores.

**10.3.** Da Nota Final:

**10.3.1.** A Comissão Especial de Licitação considerará vencedora desta licitação a proposta que obtiver as maiores pontuações na Nota Final, calculada através da soma da Nota Final da Proposta Técnica com a Nota Preço, conforme a seguinte expressão:

NF = Nota Final da Proposta Técnica + Nota de Preço

**10.3.2.** As propostas serão classificadas em ordem decrescente de acordo com a Nota Final obtida por cada Licitante.

**10.3.3.** Em caso de empate, o desempate far-se-á mediante a maior pontuação obtida, por cada proposta, decrescentemente, nos seguintes itens da proposta técnica: Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa, Raciocínio Básico, Estratégia de Mídia, Capacidade de Atendimento, Repertório e Relato de Soluções de Problema de Comunicação. Permanecendo a situação de empate, o desempate far-se-á por sorteio público, para o qual serão convocadas todas as Licitantes classificadas tecnicamente.

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

**10.4.1.** Se, na avaliação de um quesito ou subquesito, a diferença entre a maior e a menor pontuação for maior que 20% da pontuação máxima do quesito ou subquesito, será aberta discussão entre todos os membros da Subcomissão para apresentação, por seus autores, das justificativas das pontuações “destoantes”. Caso as argumentações não sejam suficientes ao convencimento dos membros da Subcomissão, os autores reavaliarão suas pontuações.

a) Caso os autores das pontuações destoantes não adotem novas pontuações, deverão registrar suas justificativas por escrito em ata, a qual deverá ser assinada por todos os membros da Subcomissão e passará a compor o processo da licitação.

**10.5.** Será considerada vencedora a licitante que obtiver as maiores pontuações na soma das notas dos quesitos da Proposta Técnica e da Proposta de Preço. A proposta deverá ter a validade mínima de 60 (sessenta) dias corridos contados a partir da data de apresentação das propostas técnica e comercial. **(atualizado)**

## **11. DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA**

**11.1.** A Subcomissão Técnica será constituída por 03 (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 o Tribunal de Contas dos Municípios do Estado do Pará.

**11.2.** A escolha dos membros da Subcomissão Técnica se dará por sorteio, realizado em sessão pública, cuja data, local e hora serão divulgados com anterioridade, pelo Tribunal de Contas dos Municípios do Estado do Pará.

**11.2.1.** O sorteio será realizado entre os nomes de profissionais previamente cadastrados, que comporão uma lista que será publicada na imprensa oficial, com prazo mínimo de 10 (dez) dias da data em que será realizada a sessão pública marcada para o sorteio.

**11.2.2.** Até 48 (quarenta e oito) horas antes do sorteio, qualquer interessado poderá impugnar pessoa constante da relação publicada, desde que tenha fundamentação jurídica para tanto.

**11.2.3.** 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 o Tribunal de Contas dos Municípios do Estado do Pará.

## **12. DOS PROCEDIMENTOS GERAIS**

**12.1.** À exceção do julgamento das Propostas Técnicas (**invólucros** n.º 01 e 03), que será realizado pela Subcomissão Técnica, todos os demais procedimentos e julgamentos serão efetuados e correrão sob a responsabilidade da **CPL**.

**12.1.1.** Serão realizadas tantas reuniões públicas quanto necessárias, desde que observados os procedimentos previstos neste Edital e na legislação em vigor.

**12.1.2.** Serão lavradas atas circunstanciadas de todas as reuniões, as quais serão assinadas pelos membros da **CPL** ou da Subcomissão, conforme o caso, e pelos representantes das

licitantes presentes que assim o desejarem.

**12.1.3.** Os representantes das licitantes presentes poderão indicar uma comissão constituída de alguns entre eles para rubricar os documentos nas diversas reuniões públicas, decisão que constará da respectiva ata.

**12.1.4.** A **CPL** poderá, em qualquer fase do processo, se julgar necessário, proceder à vistoria das instalações e da aparelhagem disponível para a realização dos serviços objeto desta Concorrência.

**12.1.5.** Antes dos avisos oficiais de resultados desta concorrência, não serão fornecidas, a quem quer que seja, quaisquer informações referentes à adjudicação dos contratos ou à análise, avaliação ou comparação entre as propostas.

**12.1.6.** Qualquer tentativa de uma licitante influenciar a **CPL** ou a Subcomissão Técnica no processo de julgamento das Propostas resultará na sua desclassificação.

**12.1.7.** A **CPL** poderá alterar as datas ou as pautas das reuniões, ou mesmo suspendê-las, em função do desenvolvimento dos trabalhos, obedecidas as normas legais aplicáveis.

**12.2.** A primeira fase da primeira reunião pública será realizada no local, dia e hora previstos no preâmbulo deste Edital e terá basicamente a seguinte pauta:

a) identificar os representantes das licitantes, por meio do documento exigido no item 4;

b) receber os **invólucros** n° 1, n° 2, n° 3 e n° 4;

c) conferir se os **invólucros** n° 1 apresentam em sua parte externa alguma menção que identifique a empresa licitante, ocorrência que impedirá a Comissão de receber também todos os seus demais invólucros;

d) abrir os **invólucros** n° 1 e 3.

**12.3.** Em ato contínuo, a **CPL** encaminhará os **invólucros** n.ºs 1 e 3, que compõem a Proposta Técnica, para análise e julgamento pela Subcomissão Técnica.

**12.3.1.** A análise será individualizada e o julgamento do Plano de Comunicação Publicitária feito dentro do estabelecido no presente Edital, observados os critérios por ele fixados.

**12.3.2.** A Subcomissão Técnica elaborará as planilhas com as pontuações de cada um de seus membros e planilha totalizadora correspondente à soma da pontuação atribuída aos quesitos e subquesitos;

**12.3.3.** A Subcomissão Técnica desclassificará as Propostas Técnicas que não atenderem quaisquer das exigências legais ou estabelecidas no Edital;

**12.3.4.** Incumbirá à Subcomissão Técnica a elaboração da ata de julgamento do Plano de Comunicação Publicitária (**invólucro** n.º 1) e encaminhamento à **CPL**, juntamente com as Propostas, as planilhas com as pontuações e a justificativa escrita das razões que fundamentaram cada caso;

**12.4.** De igual forma a Subcomissão Técnica procederá com relação aos materiais contidos no **invólucro** n.º 3, encaminhados à **CPL** de forma idêntica à indicada no subitem **12.3.4.**

**12.5.** A apuração do resultado geral das Propostas Técnicas ocorrerá em sessão pública, observados os seguintes procedimentos:

a) abertura dos **invólucros** n.º 2, contendo a via identificada do Plano de Comunicação Publicitária;

b) cotejo entre as vias identificadas e não identificadas do Plano de Comunicação Publicitária, para determinação de sua autoria;

c) elaboração de planilha geral da Proposta Técnica (**invólucro** n.º 1 + **invólucro** n.º 3), registrando-se em ata a ordem de classificação e as propostas desclassificadas;

d) publicação do resultado do julgamento da Proposta Técnica, com indicação da licitante classificada e das desclassificadas, abrindo prazo para interposição de recurso nos termos do art. 109, inc. I, “b” da Lei n.º 8.666/93.

**12.6.** Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido desistência do mesmo, ou ainda,

tendo sido julgados os recursos interpostos, serão marcados data, hora e local para abertura dos **invólucros** n.º 4, em sessão pública, contendo a Proposta de Preços.

**12.7.** Abertos os trabalhos de julgamento das Propostas de Preços, serão observados os procedimentos abaixo:

- a) abertura dos **invólucros** n.º 4, cujos documentos serão rubricados pelos membros da **CPL** 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) declarar vencedora desta Concorrência a licitante mais bem classificada na soma da Proposta Técnica e de Preço; d) publicação do resultado final, por ordem de classificação, abrindo-se prazo para interposição de recurso, nos termos do que dispõe o art. 109, inc. I, “b”, da Lei n.º

8.666/93.

~~**12.8.** Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido desistência do mesmo, ou ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, o procedimento será homologado e adjudicado o objeto licitado à licitante vencedora, conforme estabelecido no art. 11, inc. XIV da Lei 12.232/10. (REVOGADO)~~

**12.9.** No local, data e hora estabelecidos, a **CPL**, em sessão pública, receberá os **invólucros** n.º 5, contendo os Documentos de Habilitação, e os abrirá, para análise da sua conformidade com as condições estabelecidas na legislação de regência e no presente Edital.

**12.10.** A decisão quanto à habilitação ou inabilitação das licitantes deverá ser publicada, abrindo-se prazo para interposição de recurso nos termos do art. 11, inc. XIII da Lei n.º 12.232/10.

**12.11.** Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido desistência do mesmo, ou ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, o procedimento será homologado e adjudicado o objeto licitado às licitantes vencedoras, conforme estabelecido no art. 11, inc. XIV da Lei n.º 12.232/10.

**12.12.** Os invólucros das licitantes desclassificadas ou inabilitadas ficarão à disposição das mesmas por 30 (trinta) dias contados da data de encerramento da licitação. Decorrido este prazo sem que sejam retirados, o Tribunal de Contas dos Municípios do Estado do Pará promoverá sua destruição.

**12.13.** A critério da **CPL**, todas as decisões referentes a esta concorrência poderão ser divulgadas conforme a seguir, ressalvadas aquelas cuja publicação no Diário Oficial Eletrônico do TCM é obrigatória:

- a) nas reuniões de abertura dos invólucros;
- b) no Diário Oficial Eletrônico do TCM;
- c) por qualquer outro meio que permita comprovação inequívoca do recebimento da comunicação pelas licitantes.

### **13. DA IMPUGNAÇÃO DO EDITAL, DO CANCELAMENTO DO CERTAME E PRAZOS**

**13.1.** Qualquer cidadão é parte legítima para impugnar edital de licitação por irregularidade na aplicação de lei 8.666/93 devendo protocolar o pedido até 5 (cinco) dias úteis antes da data fixada para a dos invólucros de habilitação, em observância ao art. 41 da referida lei e seus parágrafos.

**13.2.** Decairá do direito de impugnar os termos do edital de licitação perante a administração, o licitante que não o fizer até o segundo útil que anteceder a abertura dos invólucros de habilitação em concorrência.

**13.3.** A impugnação feita tempestivamente pelo licitante não impedirá de participar do processo licitatório até o trânsito em julgado a decisão a ela pertinente.

**13.4.** A autoridade competente para a aprovação do procedimento somente poderá revogar a licitação por razões de interesse público decorrente de fato superveniente devidamente comprovado pertinente e suficiente para justificar tal conduta, devendo anulá-la por ilegalidade, de ofício ou por provocação de terceiros, mediante parecer escrito e devidamente fundamentado.

**13.5.** A anulação do procedimento licitatório por motivo de ilegalidade não gera obrigação de indenizar, ressalvado o disposto no parágrafo único do art. 59 da lei 8.666/93.

**13.6.** No caso de desfazimento do processo licitatório, fica assegurado o contraditório e a ampla defesa.

#### **14. DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA**

**14.1.** As despesas decorrentes desta licitação correrão por conta das seguintes dotações orçamentárias: 03101.01.131.1454-8745 (Publicidade Institucional) – Fonte: 0101 – Natureza da despesa: 339039 e 03101.01.122.1454-8559 – Fonte: 0101 – Natureza da despesa: 339039 (Operacionalização da Gestão Administrativa).

#### **15. CONDIÇÕES CONTRATUAIS**

**15.1.** A licitante vencedora terá o prazo de 05 (cinco) dias contados a partir da data da convocação por parte da autoridade superior do procedimento, para assinar o termo de contrato, conforme minuta constante do Anexo 4.

**15.1.1.** Caso a licitante vencedora se recuse a assinar o contrato no prazo acima estipulado, o Tribunal de Contas dos Municípios do Estado do Pará poderá, a seu critério, convocar as licitantes remanescentes, na ordem de classificação final, para assinar o contrato em igual prazo e nas mesmas condições estabelecidas na proposta de menor preço, ou revogar esta Concorrência, independentemente da cominação prevista no art. 81 da Lei nº 8.666/93.

**15.2.** Se alguma licitante vencedora se recusar a assinar o contrato, o Tribunal de Contas dos Municípios do Estado do Pará lhe aplicará multa compensatória de 10% (dez por cento), calculada sobre o valor total estimado da contratação, além de poder lhe aplicar outras sanções e penalidades previstas na Lei nº 8.666/93.

**15.3.** O contrato para a execução dos serviços objeto deste Edital terá duração de doze meses, contados a partir do dia da sua assinatura.

**15.3.1.** Esse prazo poderá ser prorrogado, a juízo do Tribunal de Contas dos Municípios do Estado do Pará, mediante acordo entre as partes, por períodos iguais e sucessivos, nos termos do inciso II do art. 57 da Lei nº 8.666/93.

**15.4.** O Tribunal de Contas dos Municípios do Estado do Pará poderá rescindir, a qualquer tempo, o contrato que vier a ser assinado, independentemente de interpelação judicial ou extrajudicial, sem que assista à contratada qualquer espécie de direito, nos casos previstos na Lei nº 8.666/93 e no contrato a ser firmado entre as partes, com a exceção do que estabelece o art. 79, § 2º, da referida Lei.

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

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

**15.6.** A contratada deverá prestar esclarecimentos ao Tribunal de Contas dos Municípios do Estado do Pará sobre eventuais atos ou fatos desabonadores noticiados que a envolvam, independentemente de solicitação.

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

**15.8.** A contratada se obriga a manter, durante toda a execução do contrato, as condições de habilitação e qualificação exigidas nesta concorrência.

## **16. REMUNERAÇÃO E PAGAMENTOS**

**16.1.** A remuneração à contratada, pelos serviços prestados, será feita nos termos da cláusula terceira da minuta do contrato, consoante os preços estabelecidos em sua Proposta de Preços.

**16.2.** A forma e as condições de pagamento são as constantes da cláusula décima segunda da minuta do contrato.

**16.3.** Os custos e as despesas de veiculação apresentados ao Tribunal de Contas dos Municípios do Estado do Pará para pagamento deverão ser acompanhados da demonstração do valor devido aos veículos de comunicação, de sua tabela de preços, dos pedidos de inserção correspondentes, bem como do relatório de checagem.

**16.5.** As Notas Fiscais/Faturas devem ser emitidas pelos Veículos de comunicação e Fornecedores contra o Tribunal de Contas dos Municípios do Estado do Pará, contendo histórico e descrição completa dos serviços prestados. As Notas Fiscais/Faturas devem ser emitidas pelos Veículos de comunicação e aos cuidados da licitante vencedora. **(atualizado)**

## **17. GARANTIAS CONTRATUAIS**

**17.1.** Em razão da complexidade do objeto, a CONTRATANTE exigirá da CONTRATADA, no ato da assinatura do presente contrato, prestação de garantia pela execução das obrigações assumidas, correspondente a 5% (cinco por cento) do valor do contrato, cabendo à mesma optar por uma das seguintes modalidades de garantia:

I – Fiança Bancária.

II – Seguro - Garantia.

## **18. DISPOSIÇÕES FINAIS**

**18.1.** Até a assinatura do contrato, a licitante vencedora poderá ser desclassificada se o Tribunal de Contas dos Municípios do Estado do Pará tiver conhecimento de fato desabonador à sua habilitação ou à sua classificação, conhecido após o julgamento.

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

**18.3.** É proibido a qualquer licitante tentar impedir o curso normal do processo licitatório mediante a utilização de recursos ou de meios meramente protelatórios, sujeitando-se a autora às sanções legais e administrativas aplicáveis, conforme dispõe o art. 93 da Lei nº 8.666/93.

**18.4.** Antes dos avisos oficiais de resultados desta concorrência, não serão fornecidas, a quem quer que seja, quaisquer informações referentes à adjudicação dos contratos ou à análise, avaliação ou comparação entre as Propostas.

**18.5.** Correrão por conta do Tribunal de Contas dos Municípios do Estado do Pará as despesas que incidirem sobre a formalização do contrato, aí incluídas as decorrentes de sua publicação, que deverá ser efetivada em extrato, no Diário Oficial Eletrônico do TCM na forma prevista no art. 61, parágrafo único, da Lei nº 8.666/93.

**18.6.** Esclarecimentos sobre esta Concorrência serão prestados pela CEL desde que recebidos até **05 (cinco) dias antes da data para a apresentação dos invólucros contendo as Propostas**, exclusivamente mediante solicitação por escrito, protocolizada de segunda a sexta-feira, das 8h às 16h, no seguinte endereço: Trav. Magno de Araújo, nº 474, bairro do

Telégrafo, nesta cidade de Belém/Pa, ou pelo fone 3210-7819 e através do e-mail: **licitacoes.cpl@tcm.pa.gov.br**

**18.7.** Independentemente de declaração expressa, a apresentação da proposta implica na aceitação plena e total das condições e exigências deste edital, na veracidade e autenticidade das informações constantes nos documentos apresentados e, ainda, na inexistência de fato impeditivo à participação da pessoa bem como de que deverá declará-los quando ocorridos durante o certame.

**18.8.** Na contagem dos prazos estabelecidos neste edital, excluir-se-á o dia do início e incluir-se-á o do vencimento e considerar-se-ão os dias consecutivos, exceto quando for explicitamente disposto em contrário. Só se iniciam e vencem os prazos referidos em dia de expediente no Tribunal de Contas dos Municípios do Estado do Pará.

**18.9.** Este edital também poderá ser obtido no *site*: (**[www.tcm.pa.gov.br](http://www.tcm.pa.gov.br)**).

**18.10.** Fica eleito o foro de Belém-PA, para dirimir qualquer dúvida no procedimento desta licitação.

Belém, 07 de junho de 2022.

**JONAS SILVA DOS SANTOS**  
Presidente da Comissão Especial de Licitação

**ANEXO I**  
**TERMO DE REFERÊNCIA**  
**(briefing)**

Para efeito de avaliação das propostas, a licitante deverá apresentar uma campanha publicitária simulada, elaborada com base no Briefing cedido pela Contratante, o qual está disposto nos itens abaixo:

**5.1 História, identidade institucional e conjuntura:** O Tribunal de Contas dos Municípios do Estado do Pará (TCMPA) é um dos mais tradicionais Tribunais de Contas brasileiros. Sua história e trajetória iniciam com a sua criação, em 16 de outubro de 1980, e instalação no ano de 10 de março de 1983, ainda enquanto Conselho de Contas dos Municípios.

O Tribunal atua no controle externo da administração pública e da gestão dos recursos públicos dos 144 municípios do estado Pará;

Orienta e fiscaliza a administração pública e a gestão dos recursos municipais visando a sua efetiva e regular aplicação em benefício da sociedade;

Busca ser uma instituição de excelência no controle externo, reconhecida pela sociedade como indispensável ao aperfeiçoamento da gestão pública, assim como fomenta a fiscalização exercida por cidadãos no intitulado controle social;

A Identidade Institucional do TCMPE é constituída:

**Missão:** Orientar e fiscalizar a administração pública e a gestão dos recursos municipais visando sua efetiva e regular aplicação em benefício da sociedade.

**Visão:** Ser instituição de excelência no controle externo, reconhecida pela sociedade como indispensável ao aperfeiçoamento da gestão pública.

**Negócio:** Controle externo da administração pública e da gestão dos recursos públicos dos municípios do estado do Pará.

E os valores da Corte de Contas são:

**Ética:** Agir conforme as normas e princípios, no sentido de conduzir as ações e atitudes a uma escolha justa, legal e moral.

**Transparência:** Dar publicidade, de forma acessível e clara, aos atos de controle externo e de gestão do Tribunal, contribuindo para o controle social.

**Profissionalismo:** Atuar de forma responsável e comprometida com os objetivos

institucionais, enfatizando o trabalho em equipe.

**Independência:** Atuar com isenção e autonomia funcional com base na legalidade e no interesse público.

**Tempestividade:** Desenvolver as ações de controle externo e de gestão do Tribunal em tempo hábil, a fim de evitar ou minimizar danos.

Desde sua instalação, essa Corte de Contas contribui de forma imprescindível para a correta utilização dos recursos públicos, com a fiscalização a utilização desses recursos públicos nos 144 municípios paraenses e orientação dos gestores dos executivos e legislativos municipais, através de ações pedagógicas multiplataformas, sobre a aplicação e prestação de contas desse dinheiro público, arrecadado através do pagamento de impostos e tributos pelos cidadãos.

Atualmente, a imagem e postura do sistema Tribunais de Contas brasileiro está em transformação para melhor atender às necessidades da população. Assim também se configura o TCMPA, que está com diversas iniciativas para o fortalecimento do controle externo e social, por meio de ações pioneiras e tecnológicas destacadas em nível nacional, principalmente nos últimos anos e com a pandemia de Covid-19.

O avanço da tempestividade institucional está presente além dos julgamentos das contas. O TCMPA desenvolveu sistemas e metodologias de fiscalização e monitoramento das políticas públicas municipais para acompanhar, em tempo real, como está a aplicação do erário e também os impactos reais dessa aplicação junto à população dos 144 municípios do Pará.

**5.2 A Comunicação do TCMPA:** O desafio de comunicação está centrado em como sensibilizar e mobilizar população paraense para fiscalizar os recursos públicos na sua cidade, considerando o papel TCMPA enquanto meio fundamental para o entendimento desse processo fiscalizatório que resulta em melhorias dos serviços municipais e da qualidade de vida da população. Por isso, faz-se importante dar mais visibilidade aos canais de comunicação do Tribunal com a sociedade a fim de garantir a maior participação social.

É imprescindível que os cidadãos, independente da faixa etária, grau de escolaridade, condição socioeconômica e demais fatores, percebam que o objetivo do Tribunal é beneficiar a própria sociedade, conforme definido em sua Missão. Estabelecer a participação cidadã e um permanente diálogo com os jurisdicionados da Corte de Contas e a sociedade em todas as suas camadas sociais tornam-se fundamentais para embasar e legitimar as ações do Tribunal de Contas dos Municípios do Pará.

Especificamente, a comunicação é entendida no TCMPA como um dos principais meios de transparência das ações e decisões do Órgão e como um instrumento fundamental para estimular a população a exercer o controle social da gestão pública. A comunicação do TCMPA também figura como meio para entendimento de ações técnicas por parte dos prefeitos, presidentes de câmaras de vereadores, secretários municipais e demais gestores municipais jurisdicionados à Corte de Contas.

Essa concepção está inserida nos objetivos e metas do Plano Estratégico do Tribunal, o que referenda a atividade desenvolvida na área da Comunicação, que leva ao conhecimento da sociedade as decisões das sessões de julgamento, as ações de fiscalização, visitas técnicas, as informações institucionais do Tribunal, programas de capacitação dos seus jurisdicionados por todo o estado, o acesso da população ao Tribunal para noticiar irregularidades nas gestões municipais, assim como receber informações sobre as mesmas, dentre outros.

O objetivo central é tornar o TCMPA conhecido pela sociedade e com suas ações reconhecidas pelos cidadãos como fundamentais à execução das diversas políticas públicas municipais em todas as cidades paraenses, fortalecendo assim o controle externo e social junto com a transparência pública.

Na estrutura interna existente, o TCMPA possui enquanto canais de Comunicação: portal oficial que veicula notícias e informações das atividades da instituição e permite acesso a diversas ferramentas online, além de intranet, voltada exclusivamente para o público interno; perfil oficial em Instagram, Facebook, Twitter e YouTube; Web Rádio que veicula conteúdo 24 horas durante sete dias por semana, sendo que das 8h às 15h, de segunda a sexta, o conteúdo é ao vivo, e que já superou a marca de um milhão de ouvintes; TV TCMPA com programa semanal de até 10 minutos veiculado nas mídias sociais e no canal 8.2 da TV Alepa por meio de parceria; veiculação de vídeos em televisores indoors espalhados em hospitais, unidades de ensino, locais públicos e outros espaços de Belém.

**5.3 A Campanha:** A campanha a ser apresentada como integrante da proposta técnica de julgamento das empresas licitantes deve ter como foco específico o eixo pedagógico do TCMPA de orientar jurisdicionados e sociedade para correta aplicação do dinheiro público, destacando a transparência pública como ferramenta importante do controle social e externo.

A estratégia publicitária da campanha será definida pela licitante, ressaltando-se que, para efeito de julgamento da ideia criativa, só serão considerados 05 (cinco) exemplos de peças, incluindo as mídias tradicionais e digitais, como as mídias sociais, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou de suas características. A critério do TCMPA, a campanha da proposta vencedora da licitação poderá ou não vir a ser produzida e veiculada, com ou sem modificações, na vigência do contrato.

A duração da campanha das licitantes é de até 60 (sessenta) dias e a intensidade do período de veiculação será definida com base na estratégia publicitária proposta pela agência. A logomarca oficial do TCMPA é obrigatória em todas as peças, devendo ser solicitada à Assessoria de Comunicação do Tribunal junto com o Manual de Aplicação da Marca da Corte de Contas.

**5.4 Alcance e público:** A campanha deve ter alcance estadual e abranger públicos de jurisdicionados do TCMPA e sociedade em geral, com foco em homens e mulheres de 18 a 70 anos. A meta é atingir uma ampla gama de pessoas em todas as regiões do Estado, de modo a fomentar as iniciativas de cidadania, transparência e de controle social e externo.

**5.5 Período da campanha e premissas:** A campanha deve ser planejada pelas concorrentes do certame no período de veiculação de até 60 (sessenta) dias, com atendimento às premissas destacadas abaixo:

**5.5.1** A campanha deve ser informativa, educativa e estimular a participação cidadã, popular e democrática na gestão pública;

**5.5.2** Utilizar-se de veículos tradicionais de comunicação de massa, das mídias alternativas e comunitárias, considerando aquelas com autorização para o pleno funcionamento, de acordo com a legislação vigente;

**5.5.3** Utilizar os meios de comunicação próprios do Tribunal de Contas dos Municípios do Estado do Pará, explicitados no item 5.3.

**5.5.4** No cálculo da alocação de valores para a produção e veiculação da campanha de que trata o item 5.3 a interessada utilizará como referencial uma verba de R\$300.000,00 (trezentos mil reais) para o período de até 60 (sessenta) dias, indicado no item 5.5.

**5.6 Plano de Comunicação:** O Plano de Comunicação da presente licitação consistirá de um conjunto de textos com, no máximo 30 (trinta) laudas e anexos, sendo o quesito subdividido em quatro subquesitos:

**1- Raciocínio Básico:** texto em que a licitante demonstrará seu entendimento sobre TCMPA, seu produto, sua linha de atuação específica e suas necessidades de comunicação.

**2- Estratégia de Comunicação Publicitária:** texto em que a licitante:

- a) apresentará e defenderá o conceito que, de acordo com o seu raciocínio básico, devem fundamentar a proposta de solução do problema específico de comunicação do Tribunal Contas dos Municípios do Estado do Pará;
- b) explicitará e defenderá os principais pontos da estratégia de comunicação publicitária sugerida para a solução do problema específico de comunicação, especialmente o que dizer, a quem dizer, como dizer, quando dizer e que instrumentos, ferramentas e meios de divulgação utilizar, visto a tornar uma linguagem acessível ao público em geral para fim de melhor compreensão da campanha e potencialização de resultados.

**5.7 Ideia Criativa:** A licitante apresentará campanha publicitária com exemplo de peças que corporifiquem objetivamente a proposta defendida na estratégia de comunicação, considerando:

- a) apresentar relação de todas as peças e ou material que julgar necessários para a execução da sua Proposta de Estratégia de Comunicação Publicitária, como previsto no subitem 6.1.1.2, podendo incluir comentários sobre cada peça e ou material.
- b) da relação prevista na alínea anterior, escolher e apresentar como exemplos 5 (cinco) peças e/ou material, independente do meio de divulgação, do tipo ou característica, que julgar mais indicados para corporificar objetivamente sua proposta de solução de comunicação, conforme explicitado na sua Estratégia de Comunicação Publicitária;
- c) podem ser apresentadas sob forma de roteiro ou monstro (primeiro esboço de um spot

publicitário ou vídeo) para rádio e TV e layout para mídia impressa e internet, sem inclusão de storyboards.

**5.8 Estratégia de Mídia e Não Mídia:** constituída de texto em que a licitante:

- a) demonstre conhecimento e análise dos hábitos de comunicação do público, sendo permitida a inclusão de tabelas e gráficos;
- b) simulação de plano de distribuição das peças de que trata o item 5.7 acompanhada de tabelas, planilhas e texto com a explicitação das premissas adotadas e suas justificativas;
- c) resumo geral incluindo o período de veiculação sugerido; os valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados na produção de cada peça, separadamente, de mídia; e as quantidades a serem produzidas de cada peça de não mídia.

Os preços de mídia usados na simulação devem ser os de tabela cheia dos veículos.

Fica a critério da licitante a definição do período de veiculação das praças a serem considerados na simulação da mídia.

- a) demonstre conhecimento e análise dos hábitos de comunicação do público, sendo permitida a inclusão de tabelas e gráficos;
- b) simulação de plano de distribuição das peças de que trata o item 5.8, acompanhada de tabelas, planilhas e texto com a explicitação das premissas adotadas e suas justificativas;
  - b.1) Todas as peças e materiais que integrarem a relação comentada prevista na alínea 'a' do subitem 5.7 deverão constar dessa simulação.
  - b.2) Dessa simulação deverá constar resumo geral com informações sobre, pelo menos:
    - I. O período de distribuição das peças e ou material;
    - II. As quantidades de inserções das peças em veículos de divulgação;
    - III. Os valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em veículos de divulgação, separadamente, por meios;
    - IV. Os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção e/ou na execução técnica de cada peça destinada a veículos de divulgação;
    - V. As quantidades a serem produzidas de cada peça e/ou material de Não Mídia;
    - VI. Os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção de cada peça e ou material de Não Mídia;
  - b.3) Nessa simulação:
    - I. Os preços das inserções em veículos de comunicação devem ser os de tabela vigente na data de publicação do aviso de licitação;
    - II. Deve ser desconsiderado o repasse de parte do desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;
    - III. Devem ser desconsiderados os custos internos e os honorários sobre todos os serviços de fornecedores.
    - IV. Fica a critério da licitante a definição do período de veiculação e praças a serem considerados na simulação da mídia.
    - V. A licitante deverá tomar como referencial para a simulação da campanha uma verba hipotética de até R\$-300.000,00 (trezentos mil reais) para um período de 60 dias.

**5.9 Capacidade de Atendimento:** A relação nominal dos principais clientes atendidos pela licitante à época da apresentação dos documentos de habilitação, com a especificação do período de atendimento de cada um deles.

Quantificação e a qualificação, sob a forma de currículo resumido (no mínimo, nome,

formação e experiência), dos profissionais que serão colocados à disposição da execução do contrato, discriminando-se as áreas de estudo e planejamento, criação, produção de rádio e TV, produção gráfica, gestão de mídias sociais, mídia e atendimento.

Instalações, infraestrutura e os recursos materiais disponíveis para a execução do contrato.

Sistemática de atendimento, discriminando-se as obrigações a serem cumpridas pela licitante, na execução do contrato, incluídos os prazos a serem praticados, em condições normais de trabalho, na criação de peças avulsas ou de campanha e na elaboração de plano de mídia.

Discriminação das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que colocará regularmente à disposição do Tribunal sem ônus adicional, durante a execução do contrato.

**5.10 Repertório:** apresentação, sob a forma de peças e respectivas fichas técnicas, de um conjunto de trabalhos, concebidos e veiculados/expostos pela licitante.

**5.10.a)** Poderão ser apresentadas 05 (cinco) peças, independentemente do meio de divulgação, do tipo, características da peça, todas veiculadas ou expostas a partir de 2017.

**5.10.b)** As peças de vídeo, spots e/ou jingles e de internet poderão ser fornecidas em CD, DVD ou Pendrive; as peças gráficas, impressas em proporções que preservem suas dimensões originais e sua leitura.

**5.10.c)** As peças não podem referir-se a trabalhos solicitados e/ou aprovados pelo TCMPE.

**5.11 Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação:** Deverão ser apresentados até 02 (dois) cases, relatando, em no máximo 02 (duas) páginas cada, soluções de problemas de comunicação. Os relatos terão de ser formalmente referendados pelos respectivos anunciantes e não podem referir-se a ações de comunicação solicitadas e/ou aprovadas pelo TCMPE.

**Marcelo Oliveira**

Coordenador da Assessoria de Comunicação

**ANEXO II**  
**MODELO DE PROCURAÇÃO**

**OUTORGANTE:**

Qualificação (nome, endereço, nome empresarial, etc.)

**OUTORGADO:**

O representante devidamente qualificado

**OBJETO:**

Representar a outorgante na Concorrência nº 002/2022.

**PODERES**

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

Belém/Pa \_\_\_\_\_, \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de 2022.

**NOME:**

**CARGO:**

**EMPRESA:**

Observações: se particular, a procuração será elaborada em papel timbrado da licitante e assinada por representantes legais ou pessoa devidamente autorizada; será necessário comprovar os poderes do outorgante para fazer a delegação acima.

### ANEXO III

#### PLANILHA DE PREÇOS SUJEITOS À VALORAÇÃO

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

- a)** desconto a ser concedido ao Tribunal de Contas dos Municípios do Estado do Pará, sobre os custos internos, baseado na tabela de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Pará: \_\_\_\_ % (\_\_\_\_\_ por cento);
- b)** honorários, a serem cobrados do Tribunal de Contas dos Municípios do Estado do Pará, incidentes sobre os custos comprovados de serviços realizados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peças, campanhas e materiais publicitários que envolvam criação da agência e cuja distribuição **não** nos proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação: \_\_\_\_ % (\_\_\_\_\_ por cento);
- c)** honorários, a serem cobrados do Tribunal de Contas dos Municípios do Estado do Pará, incidentes sobre os custos de serviços realizados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peças, campanhas e materiais publicitários quando a responsabilidade da agência limitar-se à contratação ou pagamento do serviço ou suprimento, bem como a realização 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: \_\_\_\_ % ( \_\_\_\_ por cento).
- d)** repasse de 5%, para o Tribunal de Contas dos Municípios do Estado do Pará, sobre o “desconto de agência” pago pelos Veículos de Comunicação às Agências. Este valor obedece ao limite estabelecido no Anexo B das Normas Padrão da Atividade Publicitária (CENP).

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

(nome da licitante)

\_\_\_\_\_  
Representante legal

**ANEXO IV**

**MINUTA DE CONTRATO**

**CONTRATO N° XX/2022, DE  
PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE  
PUBLICIDADE E PROPAGANDA, QUE  
ENTRE SI CELEBRAM O TRIBUNAL DE  
CONTAS DOS MUNICÍPIOS DO ESTADO  
DO PARÁ, E A  
EMPRESA \_\_\_\_\_.**

Pelo presente instrumento de contrato, de um lado O **TRIBUNAL DE CONTAS DOS MUNICÍPIOS DO ESTADO DO PARÁ** inscrito no CNPJ/MF sob n° 04.789.665/0001-87, Inscrição Estadual n.º 15.191.280-7, com sede à Travessa Magno de Araújo n.º 474, Bairro Telégrafo Sem Fio, CEP: 66113-055, nesta cidade de Belém, Estado do Pará, doravante denominado **CONTRATANTE**, neste ato representado por sua Presidente, Conselheira **MARA LÚCIA BARBALHO DA CRUZ**, inscrita no RG. n° 3373782-SEGUP/PA, CPF/MF n°. 237.368.792-53, de outro lado, a empresa ....., inscrita no CNPJ sob o n°, ....., com endereço à ....., neste ato representada por: ....., doravante denominada **CONTRATADA**, com base no Edital da Concorrência N° 002/2022, nos termos das Leis Federais n°s: 4.680/65, 8.666/93 e da Lei n° 12.232/10 , e demais alterações, resolvem celebrar o **PRESENTE CONTRATO DE PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS**, mediante as cláusulas e condições seguintes:

**CLÁUSULA PRIMEIRA – OBJETO**

Constitui objeto desta licitação a contratação pelo Tribunal de Contas dos Municípios do Estado do Pará (TCM-PA), de empresa especializada na prestação de serviços na área de publicidade e propaganda.

- a) A prestação de serviços publicitários ora contratados, compreende: estudo, planejamento, conceituação, concepção, criação, execução interna, intermediação e supervisão da execução externa, bem como a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação;
- b) 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 difundidos os materiais e ações publicitárias, ou sobre os resultados das campanhas realizadas;
- c) a produção e execução técnica das peças e projetos publicitários criados;

d) a criação e o desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando a expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias.

**PARÁGRAFO ÚNICO – A CONTRATADA** atuará por ordem e conta da **CONTRATANTE**, em conformidade com o art. 3º da Lei nº 4.680/65, na contratação de:

- a) fornecedores de serviços de produção especializados ou não, necessários para a execução técnica das peças, campanhas e materiais.
- b) veículos e outros meios de divulgação para a compra de tempo e espaço publicitários, sem qualquer restrição de mídia;
- c) obriga-se a aceitar acréscimos ou supressões, nas mesmas condições deste Contrato, até o limite de 25% (vinte e cinco por cento) do valor inicial atualizado do contrato, nos termos do §1º do art. 65 da Lei nº 8.666/93.

#### **CLÁUSULA SEGUNDA – DO PRAZO**

O presente Contrato terá duração de 12 (doze) meses, contados da data de sua assinatura, podendo esse prazo ser prorrogado, mediante acordo entre as partes, por períodos iguais e sucessivos, nos termos do art. 57, inc. II da Lei n.º 8.666/93.

#### **CLÁUSULA TERCEIRA – DO PREÇO**

- a) A agência contratada será remunerada conforme as Normas Padrão da atividade publicitária: 20% (vinte por cento) sobre o valor da mídia efetivamente gasto, que lhe será paga pelo veículo de comunicação; 15% (quinze por cento) sobre o valor dos trabalhos de produção realizados por terceiros fornecedores sobre a criação intelectual das agências; 10% sobre os custos de produção realizada por terceiros quando a responsabilidade das agências; 10% sobre os custos de produção realizada por terceiros quando a responsabilidade da agência limitar-se à contratação ou pagamento do serviço ou suprimento contratado e os honorários sobre serviços especiais serão apurados com base no valor de mercado.
- b) O reembolso dos custos internos levará em consideração a tabela de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Pará, já deduzidos o eventual repasse permitido e proposto na forma do Termo de referência, pela agência vencedora.
- c) Os pagamentos serão efetivados com a antecedência de 01 (um) dia do vencimento das faturas dos Veículos de Divulgação e/ou fornecedores de serviços auxiliares, encaminhando-se o numerário à agência que, agindo por conta e ordem do TCM-PA, efetuará o pagamento dos mesmos e, no mesmo prazo, percebendo a sua remuneração decorrente.
- d) O reembolso dos custos internos será feito no prazo de 15 (quinze) dias da data da entrega da nota fiscal/fatura, pelas agências.

#### **CLÁUSULA QUARTA – DAS GARANTIAS**

A **CONTRATANTE** exigirá da **CONTRATADA**, no ato da assinatura do presente contrato, prestação de garantia pela execução das obrigações assumidas, correspondente a 5% (cinco por cento) do valor do contrato, cabendo à mesma optar por uma das seguintes modalidades de garantia:

- a) Fiança Bancária.
- b) Seguro - Garantia.

#### **CLÁUSULA QUINTA – DA DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA**

As despesas decorrentes desta licitação correrão por conta das seguintes dotações

orçamentárias:03101.01.131.1454-8745 (Publicidade Institucional) – Fonte: 0101 – Natureza da despesa: 339039 e 03101.01.122.1454-8559 – Fonte: 0101 – Natureza da despesa: 339039 (Operacionalização da Gestão Administrativa).

#### **CLÁUSULA SEXTA – DAS OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA**

Constituem obrigações da **CONTRATADA**, além das demais previstas neste Contrato ou dele decorrentes: a) Operar como uma organização completa e fornecer serviços de elevada qualidade. b) 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**. c) Comprovar, no prazo máximo de 30 (trinta) dias corridos, a contar da data da assinatura deste instrumento, que possuem individualmente, em Belém-PA e Região Metropolitana, estrutura de atendimento compatível com o volume e a característica dos serviços a serem prestados à **CONTRATANTE**, representada, no mínimo, pelos seguintes profissionais:

- 01 (um) profissional na área de atendimento;
- 01 (um) profissional na área de planejamento;
- 02 (dois) profissionais na área de criação;
- 01 (um) profissional nas áreas de produção impressa e eletrônica;
- 01 (um) profissional na área de mídia.

d) 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.

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

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

g) Serão transferidas à **CONTRATANTE** as vantagens obtidas em negociação de compra de mídia, incluídos os eventuais descontos e as bonificações na forma de tempo, espaço ou reaplicações que tenham sido concedidos pelo veículo.

h) Fazer cotação prévia de preços para todos os serviços realizados por fornecedores, observadas as seguintes disposições:

i) Apresentar 03 (três) propostas obtidas entre pessoas jurídicas previamente cadastradas pela **CONTRATANTE**, nos termos do disposto no art. 14 da Lei n.º 12.232/10.

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

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

l) Responsabilizar-se por quaisquer ônus decorrentes de omissões ou erros na elaboração de estimativa de custos e que redundem em aumento de despesas ou perda de descontos para a **CONTRATANTE**. m) Obter a aprovação prévia e expressa da **CONTRATANTE** para autorizar despesas com produção, veiculação ou qualquer outra relacionada com este Contrato.

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

o) 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 à **CONTRATANTE** este

- vínculo e obter sua aprovação. p) As informações sobre a execução do Contrato, com os nomes dos fornecedores de serviços e veículos, serão divulgados em site aberto pela **CONTRATANTE**, garantido o livre acesso por quaisquer pessoas. q) A **CONTRATADA** inserirá as informações sobre valores pagos pelos totais de cada tipo de serviço de fornecedores e de cada meio de divulgação.
- r) Entregar à **CONTRATANTE**, até o dia 05 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.
- s) Prestar esclarecimentos à **CONTRATANTE** sobre eventuais atos ou fatos desabonadores noticiados que envolvam a **CONTRATADA**, independentemente de solicitação.
- t) Não caucionar ou utilizar o presente Contrato como garantia para qualquer operação financeira. u) Manter, durante a execução deste Contrato, todas as condições de habilitação exigidas na concorrência que deu origem a este ajuste.
- v) 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.
- x) 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.
- w) 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 se obrigar por quaisquer responsabilidades decorrentes de ações judiciais que lhe venham a ser atribuídas por força de lei, relacionadas com o cumprimento do presente Contrato.

#### **CLÁUSULA SÉTIMA – DAS OBRIGAÇÕES DO CONTRATANTE**

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

- a) Cumprir todos os compromissos financeiros assumidos com a **CONTRATADA**; b) Comunicar, por escrito, à **CONTRATADA**, toda e qualquer orientação acerca dos serviços, excetuados os entendimentos orais determinados pela urgência, que deverão ser confirmados, por escrito, no prazo de vinte quatro horas;
- c) Fornecer e colocar à disposição da **CONTRATADA** todos os elementos e informações que se fizerem necessários à execução dos serviços;
- d) Proporcionar condições para a boa execução dos serviços;
- e) Notificar, formal e tempestivamente, a **CONTRATADA** sobre as irregularidades observadas no cumprimento deste Contrato;
- f) Notificar a **CONTRATADA**, por escrito e com antecedência, sobre multas, penalidades e quaisquer débitos de sua responsabilidade;
- g) Abrir, na internet, um site próprio para divulgação das informações sobre a execução deste Contrato, conforme disposto no art. 16 e parágrafo único, da Lei n.º 12.232/10.

#### **CLÁUSULA OITAVA – DA FISCALIZAÇÃO E ACEITAÇÃO**

- a) A **CONTRATANTE** fiscalizará a execução dos serviços contratados e verificará o cumprimento das especificações técnicas, podendo rejeitá-los, no todo ou em parte, quando não corresponderem ao desejado ou especificado.
- b) A fiscalização dos serviços será exercida pelo gestor contratual, servidor devidamente

designado pela **CONTRATANTE**, que terá poderes, entre outros, para notificar a **CONTRATADA** sobre as irregularidades ou falhas que porventura venham a ser encontradas na execução deste Contrato. c) Além das atribuições previstas neste Contrato e na legislação aplicável, caberá ao gestor contratual verificar o cumprimento das cláusulas contratuais relativas às condições da contratação de fornecedores e aos honorários devidos à **CONTRATADA**.

d) A fiscalização pela **CONTRATANTE** em nada restringe a responsabilidade, única, integral e exclusiva da **CONTRATADA** pela perfeita execução dos serviços a ela incumbidos.

e) A **CONTRATADA** adotará as providências necessárias para que qualquer serviço, incluído o de veiculação, considerado não aceitável, no todo ou em parte, seja refeito ou reparado nos prazos estipulados pela fiscalização, sem ônus para a **CONTRATANTE**, e às expensas dos fornecedores e veículos por eles responsáveis.

f) A aprovação dos serviços executados pela **CONTRATADA** ou por contratados por ela diretamente, não a desobrigará de sua responsabilidade quanto à perfeita execução dos serviços contratados.

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

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

i) A **CONTRATANTE** realizará, semestralmente, avaliação da qualidade do atendimento, do nível técnico dos trabalhos e dos resultados concretos dos esforços de comunicação sugeridos pela **CONTRATADA**, da diversificação dos serviços prestados e dos benefícios decorrentes da política de preços por ela praticada.

j) A avaliação semestral será considerada pela **CONTRATANTE** para verificar a necessidade da **CONTRATADA** melhorar a qualidade dos serviços prestados; para decidir sobre a conveniência de renovar ou, a qualquer tempo, rescindir o presente Contrato; para fornecer, quando solicitado pela **CONTRATADA**, declarações sobre seu desempenho, a fim de servir de prova de capacitação técnica em licitações.

k) Fica a Sr. **Marcelo Oliveira**, Coordenador da Assessoria de Comunicação deste Tribunal, responsável pelo acompanhamento e a fiscalização do objeto do presente contrato.

#### **CLÁUSULA NONA – DAS PENALIDADES**

O descumprimento de qualquer das cláusulas estabelecidas neste contrato sujeitará à **CONTRATADA** às seguintes sanções, mantida a prévia e ampla defesa em processo administrativo:

a) advertência;

b) declaração de inidoneidade para participar de licitação e impedimento de contratar com a União, com órgãos e entidades do Estado do Pará e dos demais Estados da Federação, com o Distrito Federal e Municípios por prazo de até 05 (cinco) anos;

c) A inexecução contratual, inclusive por atraso injustificado na execução do contrato, sujeitará o contratado à multa de mora, que será graduada de acordo com a gravidade da infração, obedecidos aos seguintes limites máximos:

c.1) Será imposta multa de dois por cento (2%) sobre o valor do empenho, além de multa de zero, zero trinta e três por cento (0,033%) por dia de atraso na entrega do objeto.

c.2) No caso de desistência do licitante vencedor após a homologação desta licitação, este

responderá por eventuais perdas e danos para esta Corte de Contas, e ficará suspenso de licitação neste Tribunal pelo prazo de dois (02) anos a contar da dada da sanção, assim como, a empresa que apresentar dolosamente, por ocasião da habilitação, documentos fraudulentos ou sem validade, comprovadamente visando frustrar os objetivos desta licitação.

c.3) Sem prejuízo das penalidades previstas no item anterior e na Lei das Licitações Públicas, será imposta multa de dez por cento (10%) sobre o valor do empenho ao adjudicatário que se recusar, expressa ou tacitamente, a cumprir o licitado, além da declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com a Administração Pública, enquanto perdurarem os motivos determinantes da punição.

**PARÁGRAFO PRIMEIRO** – As multas previstas nesta cláusula não têm caráter compensatório e o seu pagamento não eximirá a **CONTRATADA** da responsabilidade de perdas e danos decorrentes das infrações cometidas.

**PARÁGRAFO SEGUNDO** – A multa a que se refere este item não impede que a Administração rescinda unilateralmente o contrato e aplique as demais sanções previstas na lei.

#### **CLÁUSULA DÉCIMA – REMUNERAÇÃO**

- a) Pelos serviços prestados, a **CONTRATADA** será remunerada da seguinte forma:
- b) Honorários de ..... % (..... por cento), incidentes sobre os custos comprovados e previamente autorizados de serviços realizados por fornecedores, com a efetiva intermediação da **CONTRATADA**, referentes à produção e à execução técnica de peças, campanhas e materiais publicitários que envolva criação da agência e cuja distribuição **não** proporcione à **CONTRATADA** o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, de que trata o item 7 do edital e seus subitens.
- c) Esses honorários serão calculados sobre o preço efetivamente faturado, a ele não acrescido o valor dos tributos cujo recolhimento seja de competência da **CONTRATADA**.
- d) Honorários de ..... % (por cento), incidentes sobre os custos de serviços realizados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peças, campanhas e materiais publicitários quando a responsabilidade da agência limitar-se à contratação ou pagamento do serviço ou suprimento, bem como a realização 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.
- e) Esses honorários serão calculados sobre o preço efetivamente faturado, a ele não acrescido o valor dos tributos cujo recolhimento seja de competência da **CONTRATADA**.
- f) .....(..... por cento) dos valores previstos na tabela de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Pará, a título de ressarcimento dos custos internos dos trabalhos realizados pela própria **CONTRATADA**.
- g) Os layouts, roteiros e similares reprovados não serão cobrados pela **CONTRATADA**.
- h) A **CONTRATADA** não fará jus a honorários ou a qualquer outra remuneração sobre os custos de serviços realizados por fornecedores referentes à produção de peças e materiais cuja distribuição proporcione a ela o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação.
- i) Despesas com deslocamento de profissionais da **CONTRATADA**, ou de seus representantes, serão de sua exclusiva responsabilidade. Eventuais exceções, no exclusivo interesse da **CONTRATANTE**, poderão vir a ser ressarcidas por seu valor líquido e sem cobrança de honorários pela **CONTRATADA**, desde que antecipadamente orçadas e aprovadas pela **CONTRATANTE**.

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

#### **CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA – DESCONTO DE AGÊNCIA**

a) Além da remuneração prevista na Cláusula Décima, a **CONTRATADA** fará jus ao desconto de agência concedido pelos veículos de comunicação, em conformidade com o art. 11 da Lei nº 4.680/65.

b) A agência reverterá a **CONTRATANTE** a parcela de % (por cento) do “desconto padrão de agência” a que fizer jus, conforme o estabelecido no ANEXO “B” – Sistema Progressivo de Serviços/Benefícios do item 4.4 das Normas Padrão da Atividade Publicitária co CENP – Conselho Executivo das Normas Padrão.

c) Os frutos dos planos de incentivos eventualmente concedidos pelos veículos de divulgação, para todos os fins de direito, constituem receita própria da **CONTRATADA**, nos termos do disposto no art. 18 da Lei n.º 12.232/10.

#### **CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA – CONDIÇÕES DE PAGAMENTO**

a) O pagamento será efetuado mensalmente, mediante apresentação de Nota Fiscal/Fatura emitida pela **CONTRATADA**, acompanhada quando for o caso, das Notas Fiscais/Faturas emitidas pelos fornecedores e veículos em nome da **CONTRATANTE**, aos cuidados da **CONTRATADA**.

b) O pagamento será efetuado mediante depósito bancário, devendo a **CONTRATADA** informar o Banco, Agência e o número da conta-corrente em que deverá ser efetuado o crédito, seguindo os seguintes prazos:

**b.1. Veiculação:** em prazo não superior a trinta dias após o mês de veiculação, mediante apresentação dos documentos de cobrança de cada **CONTRATADA** e dos veículos, tabelas de preços dos veículos e respectivos comprovantes de veiculação; **(atualizado)**

**b.2. Produção:** em prazo não superior a trinta dias após o mês de produção, mediante apresentação dos documentos de cobrança de cada **CONTRATADA** e dos fornecedores, demonstrativos de despesas, e respectivos comprovantes; **(atualizado)**

**b.3. Outros serviços realizados por terceiros:** nos vencimentos previamente ajustados com a **CONTRATANTE**, mediante a entrega dos serviços solicitados, dos documentos de cobrança de cada **CONTRATADA** e dos fornecedores e respectivos comprovantes.

c) Os documentos de cobrança e demais documentos necessários ao reembolso de despesas deverão ser encaminhados ao endereço a seguir, com antecedência mínima de dez dias da data do vencimento, dos quais deverão constar a citação ao Contrato nº ...../2022 e a manifestação de aceitação do gestor contratual: .

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

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

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

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

i) Os eventuais encargos financeiros, processuais e outros, decorrentes da inobservância, pela

**CONTRATADA**, de prazos de pagamento, serão de sua exclusiva responsabilidade.

**j) A CONTRATADA** apresentará à **CONTRATANTE** um relatório com datas e valores dos pagamentos realizados a fornecedores e veículos até o dia 10 do mês subsequente ao do pagamento.

#### **CLÁUSULA DÉCIMA TERCEIRA – DA RESCISÃO**

**a)** O presente Contrato poderá ser rescindido pelos motivos previstos nos art. 77 e 78 e nas formas estabelecidas no art. 79, todos da Lei nº 8.666/93.

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

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

**d)** A rescisão, por algum dos motivos previstos na Lei nº 8.666/93, não dará à **CONTRATADA** direito à indenização a qualquer título, independentemente de interpelação judicial ou extrajudicial, com a exceção do que estabelece o art. 79, § 2º, da referida Lei.

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

**PARÁGRAFO PRIMEIRO** – Os contratantes poderão rescindir, no todo ou em parte, o presente instrumento, mediante aviso escrito, com antecedência mínima de 30 (trinta) dias.

**PARÁGRAFO SEGUNDO** – Quando a rescisão ocorrer, sem que haja culpa da **CONTRATADA**, será esta ressarcida dos prejuízos regularmente comprovados que houver sofrido;

**PARÁGRAFO TERCEIRO** – Os contratantes poderão rescindir, no todo ou em parte, o presente instrumento, mediante aviso escrito, com antecedência mínima de 30 (trinta) dias, percebendo a **CONTRATADA**, nesse caso, apenas e exclusivamente, o valor dos serviços efetivamente realizados até a data da rescisão.

#### **CLÁUSULA DÉCIMA QUARTA – SANÇÕES ADMINISTRATIVAS**

**a)** A inexecução parcial ou total das condições pactuadas, erro de execução ou mora na execução, sujeitará a **CONTRATADA** às seguintes penalidades:

a.1) Advertência;

a.2) Multa de 0,5 % (cinco décimos por cento) por dia de atraso, a contar do primeiro dia útil da data fixada para a entrega do serviço, calculada sobre o valor do serviço em atraso, até o máximo de 10 % (dez por cento);

a.3). Multa de 5 % (cinco por cento), sobre o valor atualizado deste Contrato, cumulativa com as demais sanções, por infração a quaisquer outras de suas cláusulas.

a.4. Suspensão temporária de licitar e contratar com o (Governo, Prefeitura, Entidade) pelo prazo de até 2 (anos) anos;

a.5) 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, que será concedida sempre que a **CONTRATADA** ressarcir a **CONTRATANTE** pelos prejuízos resultantes e após decorrido o prazo da sanção aplicada.

**b)** A critério da **CONTRATANTE**, as sanções previstas nos incisos "a.1", "a.4" e "a.5" do item 15.1, desta cláusula, poderão ser aplicadas juntamente com as previstas nos incisos "II" ou "III", facultada a defesa prévia da **CONTRATADA**, no respectivo processo, no prazo de



**ANEXO V**

**DECLARAÇÃO DE SOLVÊNCIA FINANCEIRA**

(nome /razão – social) \_\_\_\_\_ inscrita no  
CNPJ nº \_\_\_\_\_, por intermédio de seu representante legal o(a)  
Sr(a) \_\_\_\_\_, portado(a) da Carteira de  
Identidade nº \_\_\_\_\_ e CPF nº \_\_\_\_\_, DECLARA, sob as  
sanções administrativas cabíveis e sob as penas da lei, possui total solvência financeira, a fim  
de garantir e dá sustentabilidade a execução fiel do objeto do contrato.  
Belém, de de 2022.

\_\_\_\_\_  
(nome e assinatura do declarante)

(número da cédula de identidade do declarante)

Observações: se particular, a procuração será elaborada em papel timbrado da licitante e  
assinada por representantes legais ou pessoa devidamente autorizada; será necessário  
comprovar os poderes do outorgante para fazer a delegação acima.

**ANEXO VI**

**MODELO DE DECLARAÇÃO DE CUMPRIMENTO DO DISPOSTO NO ART.  
7º, INCISO XXXIII, DA CONSTITUIÇÃO FEDERAL**

Ref: **CONCORRÊNCIA nº 002/2022/TCM/PA**

.....(nome do licitante)....., inscrito no CNPJ nº ....., por intermédio de seu representante legal, .....(nome)....., .....(nacionalidade)....., .....(estado civil)....., .....(profissão)....., portador(a) da Carteira de Identidade nº..... e do CPF nº....., declara, para fim do disposto no art. 27, inciso V, da Lei n.º 8.666, de 21 de junho de 1993, que não possui empregado menor de dezoito anos realizando trabalho noturno, perigoso ou insalubre, bem como, que não possui empregado menor de dezesseis anos, salvo na condição de aprendiz, o que pode ocorrer a partir de quatorze anos.

(local e data)

.....  
carimbo (ou nome legível) e assinatura do Representante legal