

JUSTIFICATIVA MODALIDADE DE CONCORRÊNCIA PRESENCIAL

Maior Transparência e Igualdade de Condições – A concorrência presencial garante que todas as agências participantes tenham as mesmas oportunidades de apresentar suas propostas e esclarecer eventuais dúvidas em tempo real, assegurando um processo mais justo e transparente.

1. **Avaliação Mais Precisa** – A apresentação presencial permite que a comissão julgadora avalie não apenas a proposta escrita, mas também a argumentação, o raciocínio estratégico e a capacidade de resposta dos concorrentes, proporcionando uma análise mais completa.
2. **Interação Direta e Esclarecimento de Dúvidas** – No formato presencial, os participantes podem responder a questionamentos da banca avaliadora, demonstrando expertise e alinhamento com os objetivos do contratante.
3. **Complexidade da Contratação** – Serviços de publicidade envolvem aspectos subjetivos, como criatividade e inovação, que são melhor avaliados por meio de apresentações presenciais, onde a agência pode demonstrar sua capacidade técnica e diferencial competitivo.
4. **Segurança e Controle** – O modelo presencial reduz riscos de fraudes e favorecimento indevido, pois permite maior controle sobre a entrega e defesa das propostas, garantindo a idoneidade do processo.
5. **Melhor Qualificação da Escolha** – A modalidade presencial favorece a escolha da agência mais preparada, pois permite que a comissão perceba nuances da proposta que podem não estar evidentes apenas nos documentos escritos.

A **Lei nº 12.232/2010**, que rege a contratação de serviços de publicidade por órgãos públicos, traz diretrizes que justificam a escolha da **modalidade de concorrência presencial**. Alguns dos principais argumentos com base na lei são:

1. Competitividade e Igualdade de Condições

A lei estabelece que a concorrência deve garantir ampla participação e isonomia entre os concorrentes. A apresentação presencial permite que todas as agências demonstrem suas propostas em condições equitativas, assegurando um julgamento justo.

2. Critérios Técnicos e Criativos (Art. 5º)

De acordo com o **Art. 5º**, a escolha da agência deve considerar não apenas o preço, mas também critérios técnicos e criativos. A presença dos concorrentes possibilita uma avaliação mais aprofundada da capacidade estratégica, inovação e criatividade das propostas.

3. Defesa da Proposta e Transparência (Art. 6º, § 1º)

O **Art. 6º, § 1º** determina que as propostas técnicas sejam avaliadas de forma objetiva. A defesa presencial permite que as agências expliquem detalhadamente suas estratégias e conceitos, garantindo maior transparência na análise e decisão da banca avaliadora.

4. Apresentação de Soluções Estratégicas (Art. 7º)

O **Art. 7º** prevê que a contratação envolva planejamento estratégico de comunicação. No modelo presencial, as agências podem demonstrar sua capacidade de desenvolver campanhas eficazes alinhadas aos objetivos do contratante.

5. Prevenção de Riscos e Garantia de Idoneidade (Art. 3º e 8º)

A legislação reforça a necessidade de **lisura no processo de seleção**. O formato presencial reduz riscos de fraudes, facilita a verificação da autenticidade das propostas e promove um julgamento mais seguro e fundamentado.

6. Maior Eficiência na Contratação (Art. 2º, Inciso IV)

A lei enfatiza a busca por **eficiência e qualidade na prestação do serviço**. A concorrência presencial permite que a administração escolha a agência que melhor demonstre sua capacidade de execução, resultando em campanhas mais eficazes.

Em resumo, a **concorrência presencial** está alinhada com os princípios da **transparência, competitividade, eficiência e qualidade técnica**, assegurando que a escolha da agência de publicidade seja feita com base em critérios sólidos e objetivos, conforme a **Lei nº 12.232/2010**.

A **Lei nº 14.133/2021**, que substituiu a antiga Lei de Licitações (8.666/1993), estabelece diretrizes para a contratação pública, incluindo serviços de publicidade. A escolha da **modalidade de concorrência presencial** pode ser justificada com base nos seguintes argumentos previstos na lei:

1. Princípio da Transparência e Isonomia (Art. 5º, Incisos I e II)

A lei determina que a licitação deve assegurar **transparência e igualdade de condições** entre os concorrentes. A realização presencial permite que todas as agências apresentem suas propostas sob as mesmas regras, garantindo um julgamento mais transparente e imparcial.

2. Melhor Avaliação Técnica e Criativa (Art. 36, § 1º, Inciso III)

Para serviços de publicidade, que envolvem aspectos subjetivos como criatividade e inovação, a lei permite a adoção de critérios técnicos na escolha do fornecedor. O formato presencial possibilita uma avaliação mais completa, considerando não apenas os documentos apresentados, mas também a capacidade argumentativa e estratégica da agência.

3. Justificativa para o Modo de Disputa Fechado (Art. 56, § 1º, Inciso II)

A Lei 14.133/2021 prevê a possibilidade de adoção do **modo de disputa fechado**, especialmente quando a melhor proposta não pode ser definida apenas pelo menor preço. A concorrência presencial permite que as propostas técnicas sejam analisadas em um ambiente controlado, sem influência externa, garantindo maior segurança na escolha da agência.

4. Critérios de Julgamento por Melhor Técnica ou Técnica e Preço (Art. 41, Incisos II e III)

O serviço de publicidade exige não só economicidade, mas também qualidade e inovação. O formato presencial favorece a escolha com base em critérios técnicos mais sólidos, conforme prevê a lei.

5. Segurança e Controle no Processo Licitatório (Art. 12, Inciso VI)

A lei determina que a administração pública deve garantir **segurança jurídica e controle no procedimento licitatório**. A concorrência presencial reduz riscos de fraudes e inconsistências na avaliação das propostas, garantindo a idoneidade do processo.

6. Maior Eficiência na Contratação (Art. 11, Inciso III)

A administração pública deve buscar **eficiência e resultados efetivos**. A concorrência presencial permite que os gestores escolham a agência que melhor demonstre, de forma prática e detalhada, sua capacidade de entregar campanhas eficazes e alinhadas aos objetivos institucionais.

Tanto a **Lei nº 12.232/2010** e a **Lei nº 14.133/2021** reforça a importância da transparência, segurança e eficiência nos processos licitatórios. No caso da contratação de agências de publicidade, a **concorrência presencial** é a melhor forma de assegurar que a escolha seja feita com base em critérios técnicos sólidos, garantindo a melhor execução do serviço e atendendo aos interesses da administração pública.

Monte Alegre/PA, 06 de março de 2025.

Alex Gean Brandão de Freitas
Agente de Contratação
Portaria nº 525/2024

EDITAL

CONCORRÊNCIA PÚBLICA PRESENCIAL Nº 001/2025

**CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE PRESTADOS POR
INTERMÉDIO DE AGÊNCIA DE PROPAGANDA**

OBJETO: Contratação de agência de propaganda para a prestação de serviços de publicidade, para atender a Administração Pública do Poder Executivo do Município de Monte Alegre do Estado do Pará.

MODALIDADE: Concorrência Pública / Presencial

TIPO: Técnica e Preço.

FORMA E REGIME DE EXECUÇÃO: Execução indireta, sob a regência da Lei nº 12.232 de 29 de abril de 2010, e aplicação, de forma complementar, das Leis Federais nº 4.680, de 18 de junho de 1965 e nº 14.133, de 01 de abril de 2021.

VALOR: R\$ 900.000,00 (Novecentos Mil Reais).

DATA DA SESSÃO: 30/04/2025 às 09h00min (horário de Brasília - DF).

LOCAL: Prefeitura Municipal de Monte Alegre/PA, Sala de Reuniões da Secretaria Municipal de Administração, sito à Praça Tiradentes, Nº 100, Cidade Baixa, Monte Alegre/PA.

RETIRADA DO EDITAL: www.montealegre.pa.gov.br/portal-da-transparencia (Portal da Transparência) e www.tcm.pa.gov.br/portal-lic-publico (Mural de licitações do TCM/PA).

MAIORES INFORMAÇÕES E PEDIDOS DE ESCLARECIMENTOS: Nos endereços eletrônicos: Portal Nacional de Contratações Públicas (PNCP); www.montealegre.pa.gov.br/portal-da-transparencia (Portal da Transparência) e www.tcm.pa.gov.br/portal-lic-publico (Mural de licitações do TCM/PA);

CONCORRÊNCIA PÚBLICA PRESENCIAL nº 001/2025
SUMÁRIO

1. Disposições iniciais
2. Objeto
3. Retirada do Edital
4. Informações e esclarecimentos sobre o Edital
5. Impugnação do Edital
6. Condições de participação
7. Recebimento e abertura das Propostas e Documentos
8. Credenciamento de Representantes
9. Entrega da Proposta
10. Entrega da Proposta de Preços
11. Apresentação e elaboração da Proposta Técnica
12. Julgamento das Propostas Técnicas
13. Apresentação e elaboração da Proposta de Preços
14. Valoração das Propostas de Preços
15. Julgamento final das Propostas
16. Entrega e forma de apresentação dos Documentos de Habilitação
17. Análise dos Documentos de Habilitação
18. Comissão Especial de Licitação e Subcomissão Técnica
19. Procedimentos licitatórios
20. Homologação e adjudicação
21. Divulgação dos atos licitatórios
22. Recursos administrativos
23. Recursos Orçamentários
24. Condições pré-contratuais e contratuais
25. Garantia

26. Execução dos serviços
27. Remuneração e pagamento
28. Fiscalização
29. Sanções administrativas
30. Vedação ao nepotismo – Decreto Estadual nº 2.485/2019
31. Disposições finais
Anexo I – Briefing
Anexo II - Modelo de Procuração / Credenciamento
Anexo III - Modelo de Declaração - .
Anexo IV – A – Proposta de Preços Sujeitos a Valoração
Anexo IV – B – Declaração de Elaboração Independente de Proposta
Anexo IV – C – Declaração de Compromisso
Anexo V - Órgãos/Entidades e Dotações Orçamentárias
Anexo VI - Modelo de declaração que não emprega menor de idade, salvo na condição de aprendiz – art 7º, XXXIII, da CF;
Anexo VII - Modelo de declaração de Inexistência de Fato Superveniente
Anexo VIII - Minuta de contrato
ANEXO IX - Formulário de Cadastro – Lista de composição da subcomissão técnica – Membro com vínculo funcional ou contratual ;
ANEXO X - Formulário de Cadastro – Lista de composição da subcomissão técnica – Membro sem vínculo funcional ou contratual ;

CONCORRÊNCIA PÚBLICA PRESENCIAL Nº 001/2025

CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE PRESTADOS POR INTERMÉDIO DE AGÊNCIA DE PROPAGANDA

1. DISPOSIÇÕES INICIAIS

1.1 A Prefeitura Municipal de Monte Alegre, Estado do Pará, representado pela Secretaria de Municipal de Administração, por intermédio da Comissão Especial de Licitação nomeada pela Portaria nº 525, publicada no Diário Oficial dos Municípios do Estado do Pará, Edição nº 3597, de 02 de outubro de 2024, torna público aos interessados que realizará concorrência, do tipo técnica e preço, para contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agências de propaganda.

1.2 Os serviços serão realizados na forma de execução indireta, sob a regência da Lei Federal nº 12.232/2010, mediante a aplicação, de forma complementar, das nº 14.133/21.

2. OBJETO

2.1 O objeto da presente concorrência é a contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agência de propaganda, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integralmente, que tenham por objeto o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa, a compra de mídia e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o intuito de atender ao princípio da publicidade e ao direito à informação, de difundir ideias e iniciativas, posicionar instituições e programas ou de informar e orientar o público em geral.

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

- a) ao planejamento, à execução de pesquisa e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento, sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas durante a execução dos contratos;
- b) à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, destinada a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias;
- c) à criação, planejamento, monitoramento e divulgação de peças publicitárias no ambiente digital, incluídas as ferramentas necessárias nesta área.
- d) à produção e à execução técnica das peças e/ou materiais criados pelas agências contratadas.

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

2.1.1.2 As pesquisas e outros instrumentos de avaliação, e/ou monitoramento previsto na alínea "a" do subitem 2.1.1, terão a finalidade de:

- a) gerar conhecimento sobre o mercado ou o ambiente de atuação da PMMA, o público-alvo e os veículos de divulgação, nos quais serão difundidas as campanhas ou peças;
- b) aferir o desenvolvimento estratégico, a criação e a divulgação de mensagens;

c) possibilitar a mensuração dos resultados das campanhas ou peças, vedada a inclusão de matéria estranha ou sem pertinência temática com a ação publicitária.

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

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

2.2 Para a prestação dos serviços será contratada 01 (um) agência de propaganda, doravante denominadas agências, licitantes, proponentes ou contratadas.

2.2.1 A PMMA contratará as agências vencedoras e, a seu exclusivo juízo, decidirá sobre a conveniência e oportunidade de realizar novo certame para contratação de novas agências.

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

2.2.3 As agências atuarão por ordem e conta da PMMA, em conformidade com as Leis Federais nº 4.680/1965 e nº 12.232/2010, na contratação de fornecedores de bens e serviços especializados, para a execução das atividades complementares de que trata o subitem 2.1.1 de veículos e demais meios de divulgação, para a transmissão de mensagens publicitárias.

2.2.4 As agências não poderão subcontratar outra agência de propaganda, para a execução de serviços previstos no item 2.1 e 2.1.1.

2.2.5 As agências atuarão de acordo com solicitações da PMMA, indistintamente e independentemente de sua classificação no certame, e não terão particularmente exclusividade em relação a nenhum dos serviços previstos nos subitens 2.1 e 2.1.1.

2.2.6 Para a execução dos serviços, a PMMA observará o procedimento de seleção interna entre as agências conforme Manual de Procedimento de Seleção Interna, dado pela Termo de Referência e anexos.

2.2.7 Os serviços serão prestados com vistas à consecução de ações de publicidade de interesse dos órgãos e entidades da Administração Pública Direta e Indireta, incluindo entidades vinculadas, sob a coordenação da PMMA.

3. RETIRADA DO EDITAL

3.1 Este Edital poderá ser obtido na internet, nos seguintes endereços eletrônicos:

- a) Portal Nacional de Contratações Públicas (PNCP);
- b) www.montealegre.pa.gov.br/portal-da-transparencia (Portal da Transparência);
- c) www.tcm.pa.gov.br/portal-lic-publico (Mural de licitações do TCM/PA);

3.1.1 Os interessados em participar desta licitação se obrigam a acompanhar, tanto através do Diário Oficial dos Municípios do Estado do Pará, como nos endereços eletrônicos acima mencionados, eventuais alterações e/ou informações sobre esta concorrência.

4. INFORMAÇÕES E ESCLARECIMENTOS SOBRE O EDITAL

4.1 Esclarecimentos sobre esta concorrência serão prestados pela Comissão Especial de Licitação, desde que os pedidos tenham sido recebidos até 5 (cinco) dias úteis antes da data de apresentação das Propostas, apenas mediante solicitação por escrito em uma das seguintes formas:

a) pelo e-mail: licitacoes@montealegre.pa.gov.br

b) por ofício, dirigido à Comissão Especial de Licitação, que deverá ser protocolado, no PROTOCOLO DA PREFEITURA MUNICIPAL DE MONTE ALEGRE, HORÁRIO DE FUNCIONAMENTO: 08h00min. às 12h00min. de 14h00 min. às 18h00min.

ENDEREÇO: Prefeitura Municipal de Monte Alegre/PA, Sala de Protocolo, sito à Praça Tiradentes, N° 100, Cidade Baixa, Monte Alegre/PA.

4.1.1 A licitante não deve utilizar, em eventual pedido de esclarecimento, termos que possam propiciar, quando do julgamento da via não identificada do plano de Comunicação Publicitária (invólucro n° 1), a identificação da sua Proposta perante a Subcomissão Técnica.

4.2 Os pedidos de esclarecimento serão respondidos pela Comissão Especial de Licitação, exclusivamente mediante divulgação na internet, sem informar a identidade da licitante consulente, nos seguintes endereços: www.montealegre.pa.gov.br/portal-da-transparencia

4.3 Às licitantes cabe acessar assiduamente o referido endereço para tomarem conhecimento das perguntas e respostas e manterem-se atualizadas, sobre esclarecimentos referentes a este edital.

4.4 Os pedidos de esclarecimento não constituirão, necessariamente, motivos para que se altere a data e o horário de recebimento das Propostas Técnicas e de Preços previstos no subitem 7.2.

5. IMPUGNAÇÃO DO EDITAL

5.1 Decairá do direito de impugnar os termos deste Edital, perante a Comissão Especial de Licitação, sem prejuízo da faculdade prevista no art. 170 § 4º, da Lei 14.133/2021:

I – o cidadão que não se manifestar em até 3 (três) dias úteis antes da data de recebimento das Propostas Técnicas e de Preços.

II – os potenciais interessados em participar do certame que não o fizerem até 3 (três) dias úteis antes da data do recebimento das Propostas Técnicas e de Preços.

5.2 O pedido de impugnação, com a indicação das falhas ou irregularidades que supostamente viciam o Edital, deverá ser protocolizado pelo e-mail: licitacoes@montealegre.pa.gov.br ou fisicamente dirigido ao setor de Licitações e Contratos da PMMA, no setor de Protocolo situado na Prefeitura Municipal de Monte Alegre/PA, Sala de Protocolo, sito à Praça Tiradentes, N° 100, Cidade Baixa, Monte Alegre/PA, das 08h00 (oito horas) às 12h00 (doze horas) e das 14h00 (quatorze horas) às 18h00 (dezoito horas).

5.3. A impugnação também poderá ser enviada para o e-mail: licitacoes@montealegre.pa.gov.br , observados os prazos descritos no subitem 5.1.

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

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

5.6 As impugnações serão julgadas e respondidas em até 3 (três) dias úteis, sem prejuízo no disposto no art. 170, §4º, da Lei 14.133/2021.

6. CONDIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO

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

6.2 Não poderá participar desta concorrência a agência de propaganda:

- a) que esteja cumprindo penalidade de suspensão temporária na participação de licitação, imposta pela Administração, em face de cumprimento da sanção prevista no Lei Federal nº 12.232/2010;
- b) que tenha sido declarada inidônea por qualquer órgão da Administração Pública;
- c) cuja falência tenha sido decretada ou que estiver em concurso de credores, em processo de recuperação extrajudicial ou judicial, ou em processo de liquidação, dissolução, cisão, fusão ou incorporação;
- d) que entre seus dirigentes, responsáveis técnicos ou legais e integrantes de suas equipes técnicas figure quem seja ocupante de cargo ou emprego na Administração Direta ou Indireta do Poder Executivo, Empresas Públicas, Autarquias e Sociedade de Economia Mista do Estado do Pará ou quem esteja integrando a Subcomissão Técnica responsável pela análise e julgamento das Propostas Técnicas deste certame, nos termos do item 18 deste edital;
- e) que mantenha, direta ou indiretamente, sociedade ou participação com servidor ou dirigente ligado a qualquer um dos órgãos envolvidos nesta licitação;
- f) considera-se participação indireta a existência de qualquer vínculo de natureza técnica, comercial, econômica, financeira ou trabalhista.
- g) que tenha em seu corpo societário, pessoa física, sócia de outra empresa suspensa, impedida ou declarada inidônea pela Administração;
- h) é vedada a participação de dirigentes e servidores dos Órgãos ou Entidades da Administração Pública Estadual Direta e Indireta;
- i) estrangeira que não funcione no País;
- j) que estiver reunida em consórcio;
- k) cujo Invólucro nº 1:
 - j1) apresente em sua parte externa a identificação da licitante ou marca, sinal, etiqueta ou outro elemento que possibilite a identificação da licitante antes da abertura do invólucro nº2;
 - j2) esteja danificado ou deformado pelas peças, material ou demais documentos nele acondicionados de modo a possibilitar a identificação da licitante antes da abertura do invólucro nº2.

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

6.4 A participação na presente concorrência implica, tacitamente, para a licitante:

- a) a confirmação de que recebeu da Comissão Especial de Licitação, o invólucro padronizado previsto no subitem 9.1.1.1 deste Edital e as informações necessárias ao cumprimento desta concorrência;

- b) a aceitação plena e irrevogável de todos os termos, cláusulas e condições constantes deste edital e de seus anexos;
- c) a observância dos preceitos legais e regulamentos em vigor e a responsabilidade pela fidelidade e legitimidade das informações e dos documentos apresentados em qualquer fase do processo.

6.5 A licitante assume todos os custos de elaboração e apresentação das Propostas e Documentos de Habilitação exigidos nesta concorrência, restando claro que a PMMA não será, em nenhum caso, responsável por esses custos, independentemente da conclusão ou do resultado do processo licitatório.

7. RECEBIMENTO E ABERTURA DAS PROPOSTAS E DOCUMENTOS

7.1 As Propostas Técnicas e de Preços e os Documentos de Habilitação das licitantes deverão ser entregues à Comissão Especial de Licitação em **05 (cinco) invólucros distintos** e separados, conforme o disposto **nos itens 9 a 16 deste Edital**.

7.2 Os invólucros com as Propostas Técnicas e de Preços, serão recebidos como segue:

DATA DA SESSÃO: 30/04/2025 às 09h00min (horário de Brasília - DF).

LOCAL: Prefeitura Municipal de Monte Alegre/PA, Sala de Reuniões da Secretaria Municipal de Administração, sito à Praça Tiradentes, N° 100, Cidade Baixa, Monte Alegre/PA.

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

7.3 A abertura dos invólucros e demais procedimentos licitatórios, obedecerão ao disposto neste Edital e na legislação.

7.4 O **invólucro nº 5**, contendo os documentos de Habilitação, serão recebidos e abertos em dia, local e horário, a serem posteriormente designados pela Comissão Especial de Licitação.

7.5 Os horários mencionados neste edital referem-se ao horário de Brasília.

7.6 Nos termos do que dispõe da Lei Federal nº 12.232/2010, a Comissão Especial de Licitação exigirá do representante legal do licitante, na abertura da sessão pública, declaração, sob as penas da lei, de que reúne as condições de habilitação exigidas no edital, conforme modelo constante no Anexo III.

8. CREDENCIAMENTO DE REPRESENTANTES

8.1 Para participar deste certame, o representante legal ou procurador da licitante apresentará à Comissão Especial de Licitação o documento que o credencia, juntamente com seu documento oficial de identificação com foto, no ato programado para a entrega dos invólucros com as Propostas Técnicas e de Preços.

8.1.1 Serão considerados documentos oficiais de identificação: Carteira de Identidade, Carteira Nacional de Habilitação, Carteira de Trabalho, Carteira Profissional, Carteira de Identificação Funcional, Registro Nacional de Estrangeiro e Passaporte.

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

8.1.3 Caso o preposto da licitante não seja seu representante estatutário ou legal, o credenciamento será feito por intermédio de procuração, mediante instrumento público ou particular, no mínimo com os poderes constantes do modelo que constitui o Anexo II deste Edital. Neste caso, o preposto também deverá entregar à Comissão Especial de Licitação, cópia autenticada em Cartório do ato que estabelece a prova de poderes para constituição de mandatários.

8.1.4 Os documentos previstos nos dois subitens anteriores, bem como a declaração de cumprimento dos requisitos de habilitação (ANEXO III) deverão ser entregues à Comissão Especial de Licitação no momento de abertura da sessão pública, apartados dos invólucros das Propostas e, quando for o caso, dos Documentos de habilitação.

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

8.3 A documentação apresentada na primeira sessão de recepção das Propostas Técnicas e de Preços credencia o representante a participar das demais sessões.

8.4 Na hipótese de substituição do representante credenciado no decorrer do processo licitatório, deverá ser realizado novo credenciamento.

8.5 Caso a licitante não deseje fazer-se representar nas sessões de recepção e abertura dos invólucros, deverá encaminhar as Propostas técnicas e de Preços por meio de portador. Neste caso, o portador deverá efetuar a entrega dos invólucros diretamente à Comissão Especial de Licitação, na data, hora e local indicados no subitem 7.2. deste edital.

9. ENTREGA DA PROPOSTA

9.1 A Proposta Técnica deverá ser entregue à Comissão Especial de Licitação, condicionada nos **invólucros nº1, nº2 e nº3**, nos termos deste edital.

9.1.1 Invólucro nº1: O invólucro nº1 deverá ser apresentado nos termos dispostos nos subitens seguintes.

9.1.1.1 No invólucro nº 1, deverá estar condicionado o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, de que tratam os subitens 11.2 e 11.3 deste edital.

9.1.1.2 Só será aceito o Plano de Comunicação Publicitária – em via: Não Identificada que estiver condicionado no invólucro padronizado fornecido, obrigatoriamente, pela Comissão Especial de Licitação.

9.1.1.3 O invólucro padronizado para a apresentação de Proposta Técnica – Invólucro nº 1, deverá ser protocolado pela interessada durante o horário de expediente da PMMA, junto ao setor de Licitações e Contratos, no endereço indicado no preâmbulo deste edital.

9.1.1.4 O invólucro padronizado para a apresentação da proposta Técnica – Invólucro nº 1 será entregue à agência mediante solicitação por escrito, assinada por representante legal da empresa.

9.1.1.5 O invólucro nº01 deverá ser entregue pela proponente somente com o fechamento próprio do invólucro, sem qualquer outra forma de lacre, sem assinatura ou rubrica e sem qualquer identificação que não seja a disposta neste Edital.

9.1.1.6 Para preservar - até a abertura do invólucro nº 2 – o sigilo quanto à autoria do Plano de Comunicação Publicitário, o invólucro nº1 não poderá:

a) ter identificação alguma;

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

9.1.2 Invólucro n° 2: O invólucro n° 2 deverá ser apresentado nos termos dispostos nos subitens seguintes:

9.1.2.1 No invólucro n° 2 deverá estar acondicionado Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada, de que trata o subitem 11.4.

9.1.2.2 O invólucro n°2 deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

Invólucro n°2

Proposta técnica: Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada

Nome empresarial e CNPJ da licitante

Concorrência presencial n° 001/2025

9.1.2.3 O invólucro n°2 deverá ser providenciado pela licitante e poderá ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até sua abertura.

9.1.3 Invólucro n° 3: O invólucro n° 3 deverá ser apresentado nos termos dispostos nos subitens seguintes:

9.1.3.1 No invólucro n° 3 deverão estar acondicionados a Capacidade de Atendimento, o Repertório e os relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, de que tratam os subitens 11.5 a 11.10.

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

Invólucro n°3

Proposta técnica: Capacidade de Atendimento, Repertório e relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

Nome empresarial e CNPJ da licitante

Concorrência presencial nº 001/2025

9.1.3.3 O invólucro n° 3 deverá ser providenciado pela licitante e poderá ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até sua abertura.

9.1.3.4 O invólucro n°3 não poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não identificada e que possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do invólucro n°2.

10. ENTREGA DA PROPOSTA DE PREÇOS – INVÓLUCRO N° 4

10.1 A Proposta de Preços deverá ser entregue à Comissão Especial de Licitação condicionada no invólucro n° 4.

10.1.1 O invólucro nº4 deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

Invólucro nº 4

Proposta de Preços

Nome empresarial e CNPJ da licitante

Concorrência Presencial nº 001/2025

10.1.2 O invólucro nº4 será providenciado pela licitante e pode ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até sua abertura.

11. APRESENTAÇÃO E ELABORAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA

11.1 A licitante deverá apresentar sua Proposta Técnica estruturada de acordo com seguintes quesitos e sub quesitos:

a) Plano de Comunicação Publicitária:

- a1) Raciocínio básico;
- a2) Estratégia de Comunicação Publicitária;
- a3) Ideia Criativa
- a4) Estratégia de Mídia e Não Mídia;

b) Capacidade de Atendimento;

c) Repertório;

d) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação.

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

Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada.

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

- a) Em papel A4, branco, com 75 gr/m2 a 90 gr/m2, orientação retrato;
- b) Com espaçamento de 2 cm nas margens direita e esquerda, a partir da borda;
- c) Sem recuos nos parágrafos e linhas subsequentes;
- d) Com texto justificado;
- e) Com espaçamento “simples” entre as linhas;
- f) Com texto e numeração de página em fonte “Arial”, estilo “normal”, cor “automático” tamanho “12 pontos”, observando o disposto nos subitens 11.2.1, 11.2.3 e 11.2.3.1;
- g) Com numeração em todas as páginas, pelo editor de texto, em algarismos arábicos, a partir da primeira página interna, no canto inferior direito da página;
- h) Em caderno único e com espiral preto colocado à esquerda;
- i) A capa e contracapa em papel A4 branco com 75 gr/m2 a 90 gr/m2, ambas em branco;

j) Sem identificação da licitante.

11.2.1 Os sub quesitos Raciocínio básico e estratégia de Comunicação Publicitária poderão ter gráficos e/ou tabelas, observadas as seguintes regras: a) os gráficos ou tabelas poderão ser editados em cores;

b) os dados ou informações dos quadros ou tabelas devem ser editados na fonte Arial”, estilo “normal”, cor “automático”, tamanho “10 pontos”;

c) as páginas em que estiverem inseridos os gráficos e/ou tabelas, poderão ser apresentados em papel A3 dobrado. Neste caso, para fins de limite previsto no subitem 11.2.6, o papel A3 será computado como duas páginas de papel A4.

d) poderão ser impressas na orientação paisagem.

11.2.2 As especificações do subitem 11.2.1, aplicam-se à indicação prevista no subitem 11.3.3.3.2.

11.2.3 As tabelas, gráficos e planilhas integrantes do sub quesito Estratégia de Mídia e Não Mídia poderão ter fontes e tamanhos de fontes habitualmente utilizados nesses documentos e poderão ser editados em cores.

11.2.3.1 As páginas em que estiverem inseridos os gráficos, tabelas e planilhas desse sub quesito, poderão ser apresentados em papel A3 dobrado e poderão ser impressas na orientação paisagem.

11.2.4 Os exemplos de peças e/ou material integrantes do sub quesito “Ideia Criativa” serão apresentados separadamente do caderno de que trata o subitem 11.2.

11.2.4.1 Os exemplos de que trata o subitem anterior devem adequar-se às dimensões do invólucro nº 01, cabendo à licitante atentar para o disposto nos subitens 9.1.1.3, 19.2.1. e 19.2.1.1, todos deste Edital.

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

11.2.6 Os textos do Raciocínio Básico, da estratégia de Comunicação Publicitária e da relação comentada prevista na alínea “a” do subitem 11.3.3 estão limitados, no conjunto, a 8 (oito) páginas, ressalvado que não serão computadas nesse limite as páginas utilizadas eventualmente apenas para separar os textos desses sub quesitos. (escolha um tema).

11.2.7 Os textos da estratégia de Mídia e Não Mídia não tem limitação quanto ao número de páginas, mas cabe a licitante atentar especialmente para o disposto no subitem 9.1.1.5, no subitem 11.2.4.1, na alínea “c” do subitem 19.2.1 e no subitem 19.2.1.1, todos deste Edital.

11.2.8 Para Fins desta concorrência, consideram-se como Não Mídia os meios que não implicam a compra de espaço e/ou tempo em veículos de divulgação para a transmissão de mensagens publicitárias.

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

11.3 O Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada, composto dos sub quesitos Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e estratégia de Mídia e Não Mídia, deverá ser elaborado com base no **Briefing** constante no Anexo I deste edital, observadas as seguintes disposições:

11.3.1 **Raciocínio Básico:** apresentação pela licitante de diagnósticos das necessidades de comunicação publicitária do Poder Executivo do Estado do Pará, sua compreensão sobre o objeto da licitação e, principalmente, sobre o problema específico de comunicação a ser enfrentado.

11.3.2 **Estratégia de Comunicação Publicitária:** apresentação pela licitante das linhas gerais da proposta, para suprir o problema específico de comunicação a ser enfrentado e alcançar os resultados e metas de comunicação desejadas pela PMMA, compreendendo:

- a) explicação e defesa do partido temático e do conceito que, de acordo com seu raciocínio básico, devem fundamentar a proposta de solução publicitária;
- b) explicitação e defesa dos principais pontos da Estratégia de Comunicação Publicitária sugerida, especialmente o que dizer, a quem dizer, como dizer, quando dizer e que meios de divulgação, instrumentos ou ferramentas utilizar.

11.3.3 **Ideia Criativa:** apresentação pela licitante de campanha publicitária, observadas as seguintes disposições:

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

11.3.3.1 Os comentários mencionados na alínea “a” do subitem 11.3.3, estão circunscritos à especificação de cada peça e/ou material e à explicitação das funções táticas esperadas de cada peça e/ou material.

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

11.3.3.3 Os exemplos de peças e/ou material de que trata a alínea “b” do subitem 11.3.3:

- a) estão limitados a 15 (quinze), independentemente do meio de Divulgação, do tipo ou característica da peça e/ou material;
- b) podem ser apresentados sob a forma de:
 - b1) roteiro, leiaute e/ou *storyboard* impressos, para qualquer meio;
 - b2) “monstro”, para rádio e internet;
 - b3) *storyboard* animado ou *animatic*, para TV, cinema e internet.

11.3.3.3.1 Para fins de cômputo das peças que podem ser apresentadas “fisicamente” até o limite de que trata a alínea “a” do subitem 11.3.3.3, devem ser observadas as seguintes regras:

- a) as reduções e variações de formato serão consideradas como peças;
- b) cada peça apresentada como parte de um kit será computada no referido limite;
- c) anúncio composto por páginas sequenciais será considerado uma peça;
- d) anúncio para tablets e dispositivos similares com mais de uma página será considerada uma peça;
- e) adesivagem de *fingers* e similares será considerada uma peça;

- f) um *hotsite* e todas as suas páginas serão consideradas uma peça;
- g) um filme e o *hotsite* para o qual ele esteja direcionado serão considerados duas peças;
- h) um banner e o *hotsite* para o qual ele esteja direcionado serão considerados duas peças;
- i) um *hotsite*, cuja página de abertura e ou demais páginas internas sejam formadas por animações ou imagens captadas, formando um conjunto integrado ao *hotsite*, será considerado uma peça.

11.3.3.3.2 Cada peça e/ou material deverá trazer indicação sucinta – exemplos: cartaz, filme TV, spot rádio, anúncio revista, internet – destinada a facilitar seu cotejo, pelos integrantes da Subcomissão Técnica, com a relação comentada prevista na alínea “a” do subitem 11.3.3.

11.3.3.3.3 Os *storyboards* animados ou *animatics* e os ‘monstros’ poderão ser apresentados em *pendrive*, ressalvado que não serão avaliados sob os critérios geralmente utilizados para peças finalizadas, mas apenas como referência da ideia a ser produzida.

11.3.3.3.3.1 Os *pendrives* utilizados pelas licitantes devem ser executáveis em computadores pessoais, com sistema operacional Windows, e não podem conter informação, sinal ou marca que permita, inequivocamente, a identificação da licitante, somente a marca do seu fabricante. Também para evitar eventual identificação, as licitantes devem se abster de utilizar *pendrives* coloridos, devendo essas mídias de apresentação possuírem apenas a cor preta e/ou cinza/prata.

11.3.3.3.4 Os “monstros” de peças para a internet poderão ser produzidos em quaisquer dos formatos universais, a exemplo de pdf, jpg, HTML, mpeg, swf e mov.

11.3.3.3.5 Na elaboração de “monstro” ou layout eletrônico para o meio rádio poderão ser inseridos todos os elementos de referência, tais como trilha sonora, ruídos de ambientação, voz de personagens e locução.

11.3.3.3.6 Na elaboração do *storyboard* animado ou *animatic* poderão ser inseridas ilustrações, fotos e/ou imagens estáticas, além de trilha sonora, voz de personagens, locução ou outros efeitos sonoros, mas não podem ser inseridas imagens animadas ou em movimento.

11.3.3.3.5 As peças gráficas poderão ser impressas em tamanho real ou reduzido, desde que não prejudique sua leitura, sem limitação de cores, com ou sem suporte e/ou *passé-partout*, observando o disposto no subitem. 11.2.4.1. Peças que não se ajustem às dimensões do invólucro nº1 podem ser dobradas.

11.3.4 **A Estratégia de Mídia e Não Mídia** deverá ser constituída de:

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

11.3.4.1 Todas as peças e/ou material que integram a relação comentada prevista na alínea “a” do subitem 11.3.3 deverão constar de tal simulação.

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

- a) o período de distribuição das peças e/ou material;
- b) as quantidades de inserções das peças em veículos de divulgação;

- c) os valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em veículos de divulgação, separadamente por meios;
- d) os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção e/ou na execução técnica de cada peça destinada a veículos de divulgação;
- e) as quantidades a serem produzidas de cada peça e/ou material de não mídia;
- f) os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção de cada peça e/ou material de não mídia;
- g) os valores (absolutos e percentuais) alocados na distribuição de cada peça e/ou material de não mídia.

11.3.4.3 Na referida simulação:

- a) os preços das inserções em veículos de comunicação devem ser os de tabela cheia, vigentes na data de publicação do Aviso da Licitação;
- b) para os veículos de comunicação e divulgação que não atuem com tabelas de preços, mas que possam ser considerados como formas inovadoras de comunicação, a licitante deverá informar o montante de investimento proposto a ser utilizado com essas ferramentas no âmbito de sua estratégia para o alcance dos objetivos previamente estabelecidos;
 - b.1) para os fins desta licitação, a publicidade em plataformas digitais, a exemplo da programação de publicidade nas redes sociais Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn e Youtube, está inserida no conceito de forma inovadora de comunicação;
- c) outros veículos de comunicação e divulgação que não atuem com tabela de preços e que não sejam considerados como formas inovadoras de comunicação não devem ser incluídos na estratégia de mídia dessa simulação;
- d) devem ser desconsiderados os custos internos e os honorários sobre todos os serviços de fornecedores.

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

Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada

11.4 O plano de Comunicação Publicitária - Via Identificada, sem os exemplos de peças e/ou material da Ideia Criativa, deverá constituir-se em cópia da via não identificada, com a identificação da licitante, e ser datado e assinado na última página e rubricado nas demais, por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

Capacidade de atendimento

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

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

11.5.2 Os documentos e informações e o caderno específico mencionados no subitem 11.5 não poderão ter informações, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do invólucro nº2.

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

11.6 A capacidade de atendimento será constituída de texto, tabelas, gráficos, diagramas, fotos e outros recursos, por meio dos quais a licitante apresentará:

- a) relação nominal dos seus principais clientes à época da licitação, com a especificação do início de atendimento de cada um deles;
 - b) a quantificação e a qualificação, sob a forma de currículo resumido – contendo, no mínimo, nome, formação e experiência – dos profissionais que poderão ser colocados à disposição da execução do contrato, discriminando-se as áreas de estudo e planejamento, criação *online* e *offline*, produção de rádio, TV, cinema, internet, produção gráfica, mídia e atendimento;
 - c) as instalações, a infraestrutura e os recursos materiais que estarão à disposição para a execução do contrato;
 - d) a sistemática de atendimento e discriminação dos prazos a serem praticados, em condições normais de trabalho, na criação da peça avulsa ou de campanha e na elaboração de plano de mídia;
 - e) a discriminação das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência de circulação e controle de mídia que colocará regularmente à disposição da PMMA, sem ônus adicionais, na vigência do contrato.
- e1) A PMMA se reserva ao direito de solicitar, durante a execução do contrato, o instrumento de contratação do instituto de pesquisa, observada a categoria da agência registrada no CENP – Conselho executivo das Normas Padrão.

Repertório

11.7 A licitante deverá apresentar os documentos, informações, peças e material que constituem o Repertório em caderno específico, com ou sem o uso de cores, em Papel A4, em fonte “Arial”, tamanho “12 pontos”, em folhas numeradas sequencialmente, a partir da primeira página interna, rubricadas e assinada na última página por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

11.7.1 Qualquer página com os documentos e informações previstos no subitem

11.7, poderá ser editada em papel A3 dobrável.

11.7.2 Os documentos e informações e o caderno específico mencionados no subitem precedente não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e possibilite a identificação na autoria deste antes da abertura do invólucro nº2.

11.7.3 Não há limitação de número de páginas para a apresentação do repertório.

11.8 O Repertório será constituído de peças e/ou materiais concebidos e veiculados, expostos ou distribuídos pela licitante.

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

11.8.1.1 As peças e/ou materiais devem ter sido veiculados, expostos ou distribuídos dentro do período máximo de cinco anos anteriores à publicação deste edital.

11.8.1.2 As peças eletrônicas deverão ser fornecidas em *pendrive*, executável em computadores pessoais, com sistema operacional Windows, o qual não poderá conter nenhuma informação, marca, sinal ou qualquer outro elemento que conste no Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do invólucro nº2.

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

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

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

11.8.3 As peças publicitárias não podem se referir a trabalhos solicitados ou aprovados pela PMMA, no âmbito de seus contratos com as agências de propaganda.

Relatório e Resolução de Problemas de Comunicação.

11.9 A licitante deverá apresentar os documentos e informações que constituem os Relatos de Solução de Problemas de Comunicação Publicitária em caderno específico, com ou sem o uso de cores, em papel A4, fonte “Arial”, tamanho “12 pontos”, em folhas numeradas sequencialmente, a partir da primeira página interna, rubricadas e assinadas na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

11.9.1 Qualquer página com os documentos e informações previstos no subitem 11.9 poderá ser editada em papel A3 dobrado. Nesse caso, para fins do limite previsto no subitem 11.10, o papel A3 será computado como duas páginas de papel A4.

11.9.2 Os documentos e informações do caderno específicos mencionados no subitem precedente não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e possibilite a identificação na autoria deste antes da abertura do invólucro nº2.

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

11.10.1 As propostas mencionadas no subitem 11.10 devem ter sido implementadas dentro do período máximo de cinco anos anteriores à publicação deste edital.

11.10.2 Se a licitante apresentar 1 (um) relato, sua pontuação máxima, neste quesito, será equivalente à metade da pontuação máxima prevista na alínea “d” do subitem 12.3.1.

11.10.3 Os relatos deverão estar formalmente referendados pelos respectivos clientes.

11.10.3.1 A formalização do referendo deverá ser feita no próprio relato elaborado pela licitante, na última página, devendo constar a indicação do nome empresarial do cliente, o nome e o cargo ou função do signatário. Todas as páginas do relato devem estar assinadas pelo autor do referendo.

11.10.4 É permitida a inclusão de até 5 (cinco) peças e/ou materiais, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça, para cada relato, sendo que, se incluídas:

I – as peças eletrônicas deverão ser fornecidas em *pendrive*, executável em computadores pessoais, com sistema operacional Windows, o qual não poderá conter nenhuma informação, marca, sinal ou qualquer outro elemento que conste no Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do invólucro nº2;

II – as peças gráficas poderão integrar o caderno específico previsto no subitem 11.9, em papel A4 ou A3 dobrado, ou ser apresentados separadamente, sendo que, em todos os casos, deverão ser indicadas suas dimensões originais;

III – para cada peça e/ou material, deverá ser apresentada ficha técnica com a indicação sucinta do problema que se propuseram a resolver.

11.10.5. Os relatos referentes à Resolução de Problemas de Comunicação não podem se referir a trabalhos solicitados ou aprovados pela PMMA, no âmbito de seus contratos com as agências de propaganda.

12. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

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

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

12.2.1 Plano de Comunicação Publicitária: o plano de Comunicação Publicitária compreende os seguintes quesitos:

12.2.1.1 Raciocínio Básico – entende-se por Raciocínio Básico para fins desta licitação a acuidade de compreensão:

- a) das funções e do papel do Poder Executivo do Município de Monte Alegre nos contextos social, político e econômico;
- b) da natureza, da extensão e da qualidade das relações do Poder Executivo do Município de Monte Alegre com seus públicos;
- c) das características do Poder Executivo do Município de Monte Alegre e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária; d) sobre a natureza e a extensão do objeto da licitação;
- e) do problema específico de comunicação a ser enfrentado pelo Poder Executivo do Município de Monte Alegre;
- f) das necessidades das comunicações do poder Executivo do Município de Monte Alegre para enfrentar esse problema.

12.2.1.2 Estratégia de Comunicação Publicitária – entende-se por Estratégia de Comunicação Publicitária para fins desta licitação:

- a) a adequação do partido temático e do conceito proposto a natureza e a qualificação do Poder Executivo do Municipal e a seu problema específico de comunicação;
- b) a consciência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito proposto;
- c) a riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação do Poder Executivo do Município de Monte Alegre com seus públicos;
- d) a adequação e a exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do problema específico de comunicação do Poder Executivo do Município de Monte Alegre ;
- e) a consciência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta;
- f) a capacidade de articular os conhecimentos sobre o Poder Executivo do Município de Monte Alegre , o mercado no qual se insere, seu problema específico de comunicação, seus públicos, os resultados de metas por ele desejadas e a verba disponível.

12.2.1.3 Ideia Criativa – entende-se por Ideia Criativa para fins desta licitação:

- a) sua adequação ao problema específico de comunicação do Poder Executivo do Município de Monte Alegre ;
- b) sua adequação à estratégia de comunicação publicitária sugerida pela licitante;
- c) sua adequação ao universo cultural dos seguimentos de público-alvo;
- d) a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;
- e) a originalidade da combinação dos elementos que a constituem;
- f) a simplicidade da forma sob a qual se apresenta;
- g) sua pertinência às atividades do Poder Executivo do Município de Monte Alegre e à sua inserção nos contextos social, político e econômico;
- h) os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças e/ou materiais apresentados;
- i) a exequibilidade das peças e/ou dos materiais;
- j) a compatibilidade da linguagem utilizadas nas peças e/ou nos materiais aos meios e aos públicos propostos.

12.2.1.4 Estratégia de Mídia e Não Mídia – entende-se por estratégia de Mídia e Não Mídia para fins desta licitação:

- a) o conceito dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de públicos prioritários;
- b) a capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos;

- c) a consciência do plano simulado da distribuição das peças e/ou do material em relação às duas alíneas anteriores;
- d) a pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstrada no uso dos recursos de comunicação próprios do Poder Executivo do Município de Monte Alegre ;
- e) a economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição de peças e/ou do material;
- f) a otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa.

12.2.2 Capacidade de Atendimento – entende-se por Capacidade de Atendimento para fins desta licitação:

- a) considerará o porte e a tradição dos clientes atuais da licitante, como anunciantes publicitários, o conceito de seus produtos e serviços no mercado, bem como o período de atendimento a cada um deles;
- b) a experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias;
- c) a adequação das qualificações e das quantificações desses profissionais à estratégia de comunicação publicitária do Poder Executivo do Município de Monte Alegre ;
- d) a adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que estarão à disposição da execução do contrato;
- e) a operacionalidade do relacionamento entre o Poder Executivo do Município de Monte Alegre e a licitante, esquematizado na proposta;
- f) a relevância e a utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que a licitante colocará regularmente à disposição do Poder Executivo do Município de Monte Alegre , sem ônus adicional, durante a vigência do contrato.

12.2.3 Repertório – entende-se por Repertório para fins desta licitação:

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

12.2.4 Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação – entende-se por Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação para fins desta licitação:

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

12.3 A Nota da Proposta Técnica – NPT será apurada segundo a metodologia definida nos subitens subsequentes.

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

- a) Plano de Comunicação Publicitária: 70 (setenta) pontos, sendo:
- a1) Raciocínio Básico: 5 (cinco) pontos;
 - a2) Estratégia de Comunicação Publicitária: 25 (vinte e cinco) pontos; a3) Ideia Criativa: 25 (vinte e cinco) pontos;
 - a4) Estratégia de Mídia e Não Mídia: 15 (quinze) pontos;
- b) Capacidade de Atendimento: 20 (vinte) pontos;
- c) Repertório: 5 (cinco) pontos;
- d) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação: 5 (cinco) pontos.

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

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

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

12.3.3 A Nota da Proposta Técnica – NPT concorrerá a soma algébrica dos pontos obtidos pelos quesitos como segue:

$NPT = Ppc + Pca + Prp + Prel$

Onde:

NPT = Nota da Proposta Técnica

Ppc = Pontuação obtida pelo Plano de Comunicação Publicitária

Pca = Pontuação obtida pela Capacidade de Atendimento

Prp = Pontuação obtida pelo Repertório

Prel = Pontuação obtida pelos Relatórios de Solução de Problemas de Comunicação

12.4 Será desclassificada a Proposta:

- a) que não atender as exigências do presente edital e seus anexos;
- b) apresentar informação que permita, inequivocamente, a identificação da autoria do Plano de Comunicação Publicitária– Via Não Identificada, antes da abertura do Invólucro nº 2;
- c) cuja NPT não alcançar 80 (oitenta) pontos;
- d) obtiver pontuação zero em quaisquer dos quesitos ou subquesitos a que se referem os subitens 12.2.1.1 a 12.2.1.4 e 12.2.2 a 12.2.4.

13 APRESENTAÇÃO E ELABORAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇOS

13.1 A Proposta de Preços da licitante deverá ser:

- a) apresentada em papel que identifique a licitante, ter suas páginas numeradas sequencialmente e ser redigida em língua portuguesa, salvo quanto a expressões técnicas de uso corrente, com clareza, sem emendas ou rasuras;
- b) datadas e assinadas nos documentos referidos nos subitens 13.2, 13.3 e 13.4 por quem detenha poderes de representação da licitante na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado;
- c) elaborada em três documentos distintos, descritos nos subitens 13.2, 13.3 e 13.4 – Anexos IV – A, IV – B e IV – C.

13.2 A licitante deverá apresentar Proposta de Preços Sujeitos a Valoração, a ser elaborados apenas com as informações constantes do modelo do anexo IV – A deste Edital.

13.3 A licitante deverá apresentar Declaração de que a elaboração de sua Proposta foi feita de forma independente, nos termos do modelo constante do Anexo IV – B deste Edital.

13.3.1 A declaração do subitem 13.4 deverá ser feita sob as penas da lei, sendo responsável a empresa e o responsável legal que a assinou, administrativa, civil e criminalmente, caso seja descoberto que não representa aquilo que expressa.

13.4 A licitante deverá elaborar Declaração, nos termos do modelo constante do Anexo IV – C deste Edital, na qual:

- a) comprometer-se-á a envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores de serviços especializados e veículos, quando for o caso, transferindo à PMMA as vantagens obtidas;
- b) informará que os tributos e a totalidade dos encargos fiscais, trabalhistas, previdenciários incidentes sobre o contrato, serão de sua inteira responsabilidade, sendo também de sua inteira responsabilidade, os custos com transporte e seguro, quando for o caso;
- c) informará que também se responsabiliza pelos encargos comerciais decorrentes da execução contratual e que respeitará os prazos contratuais referentes ao repasse de valores lhes confiados pela Administração contratante e devidos aos terceiros prestadores de serviços especializados e aos veículos de comunicação;
- d) informará estar ciente e de acordo com as disposições alusivas a direitos autorais estabelecidos na Cláusula Décima da Minuta de Contrato (Anexo – VIII);
- e) informará estar ciente e de acordo com o disposto da Cláusula Décima Quinta da Minuta de Contrato constante do VIII deste edital, que trata das sanções administrativas pelo descumprimento das obrigações assumidas.

13.5 Os preços propostos serão de exclusiva responsabilidade da licitante e não lhe assistirá o direito de pleitear, na vigência dos contratos a serem firmados, nenhuma alteração, sob a alegação de erro, omissão ou qualquer outro pretexto.

14. VALORAÇÃO DAS PROPOSTAS DE PREÇOS

14.1 As Propostas de Preços das licitantes classificadas no julgamento das Propostas Técnicas serão analisadas quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Edital e em seus anexos.

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

14.3 Os quesitos a serem valorados são os elencados no item 14.4.1, ressalvado que **NÃO** será aceito:

- a) desconto de 0% (zero por cento) em relação aos preços previstos na tabela do Sindicato das Agências de Propaganda do Município de Monte Alegre, a título de ressarcimento dos custos internos dos serviços executados pela licitante;
- b) percentual de honorários superior a 5% (cinco por cento), incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referente ao planejamento e a execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimentos pertinentes à execução do contrato;
- c) percentual de honorários superior a 10% (dez por cento), incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referente à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinada a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias;
- d) percentual de honorários superior a 10% (dez por cento), incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referente à produção e à execução técnica de peça e/ou material cuja distribuição não proporcione a licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965.

14.4 A nota da Proposta de Preço (NPP) será apurada conforme a metodologia específica nos subitens seguintes.

A Comissão Especial de Licitação calculará os pontos de cada quesito a ser valorado conforme a seguinte tabela:

Quesitos - Descontos / Honorários	Pontos (P)
Percentual de desconto sobre os custos dos serviços previstos na alínea "a" do subitem 14.3	$P1 = 0,25 \times \text{desconto}$
Percentual de honorários incidente sobre os preços previstos na alínea "b" do subitem 14.3	$P2 = 2,0 \times (5,0 - \text{Honorários})$
Percentual de honorários incidente sobre os preços previstos na alínea "c" do subitem 14.3	$P3 = 2,5 \times (10,0 - \text{Honorários})$
Percentual de honorários incidente sobre os preços previstos na alínea "d" do subitem 14.3	$P4 = 4,0 \times (10,0 - \text{Honorários})$

Para efeitos de cálculo dos pontos de cada licitante, os termos "desconto" e "honorários" serão substituídos nas fórmulas da coluna pontos pela respectiva porcentagem constante de sua planilha de Preços Sujeitos a Valoração, sem o símbolo "%".

14.4.1 A NPP responderá a soma algébrica dos pontos obtidos nos quesitos constantes na tabela referida no subitem 14.4.1, como segue:

$$NPP = P1 + P2 + P3 + P4$$

14.4.2.1 Se houver divergência entre o valor em algarismo e o valor por extenso, constante na proposta, prevalecerá o valor por extenso.

15. JULGAMENTO FINAL DAS PROPOSTAS

15.1 O julgamento final das Propostas Técnica e de Preço desta concorrência será feito de acordo com o rito previsto na da Lei Federal nº 12.232/2010 e na lei Federal nº 14.133/2021 para o tipo técnica e preço.

15.2 A Nota Final (NF) será calculada com duas casas decimais e obtida pela seguinte formula:

$$NF = (NPT \times 7) + (NPP \times 3)$$

15.3 Se após a apuração das notas houver empate(s) que impeça(m) a identificação automática das 3 (três) licitantes mais bem classificadas, será(ão) classificada(s) a(s) agência(s) que obtiver(em) a(s) maior(es) pontuação(ões), sucessivamente nos quesitos Plano de Comunicação Publicitária, Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, constantes do subitem 12.2.1, 12.2.2, 12.2.3 e 12.2.4, respectivamente.

15.3.1 Se, após adotada a regra do subitem 15.3 persistir(em) o(s) empate(s) o desempate será feito por sorteio, a ser realizado em ato público marcado pela Comissão especial de Licitação, cuja data será divulgada na forma do item 21 deste Edital, e para o qual serão convidadas todas as licitantes.

16. ENTREGA E FORMA DE APRESENTAÇÃO DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

16.1 Os documentos de habilitação deverão ser entregues à Comissão Especial de Licitação apenas pelas licitantes classificadas no julgamento final das Propostas Técnicas e de Preço, em dia, hora e local previstos na convocação da sessão a ser realizada para esse fim.

16.1.1 Os documentos deverão estar acondicionados no invólucro nº5, que deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

Invólucro nº 5

Documentos de Habilitação

Nome empresarial e CNPJ da licitante

Concorrência Pública Presencial nº001/2025

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

16.1.3 Os documentos de Habilitação deverão ser acondicionados em caderno único, todas as suas páginas numeradas e rubricadas por representante legal da licitante e deverão ser apresentados alternativamente: em original, em cópia autenticada por cartório competente, sob a forma de publicação em órgão da imprensa oficial ou em cópia não autenticada, desde que seja exibido o original, para conferência pela Comissão Especial de Licitação, no ato da abertura dos documentos de Habilitação. Só serão aceitas cópias legíveis, que ofereçam condições de análise por parte da Comissão Especial de Licitação.

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

16.2.1 A Habilitação Jurídica deverá ser comprovada com os seguintes documentos:

- a) documento oficial de identificação com foto dos responsáveis legais da licitante;
 - a.1) Serão considerados documentos oficiais de identificação: Carteira de Identidade, Carteira Nacional de Habilitação, Carteira de Trabalho, Carteira Profissional, Carteira de Identificação Funcional, Registro Nacional de Estrangeiro e Passaporte.
- b) registro comercial, em caso de empresa individual;
- c) ato constitutivo, estatuto ou contrato social em vigor, em se tratando de sociedades comerciais, devidamente registrado e acompanhado de documentos de eleição de seus administradores, quando se tratar de sociedades por ações;
 - c1) os documentos mencionados na alínea "c" deverão estar acompanhados de suas alterações ou da respectiva consolidação;
 - c2) não será aceita certidão simplificada de arquivamento na Junta Comercial;
- d) inscrição do ato constitutivo em cartório de Registros de Pessoas Jurídicas, no caso de sociedades civis, acompanhada de prova da diretoria em exercício; d1) não será aceita certidão simplificada de arquivamento na Junta Comercial;
- e) decreto de autorização, em se tratando de empresa ou sociedade estrangeira em funcionamento no País, e o ato de registro ou autorização para funcionamento expedido pelo órgão competente, quando a atividade assim exigir.

16.2.2 A Regularidade Fiscal deverá ser comprovada com os seguintes documentos:

- a) prova de inscrição no Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica – CNPJ;
- b) prova de inscrição no cadastro de contribuintes estadual, distrital ou municipal, se houver, relativa ao domicílio ou sede da licitante, pertinente ao seu ramo de atividade e compatível com o objeto desta concorrência;
- c) certidão conjunta negativa ou positiva com efeito de negativa de débitos relativos a Tributos Federais e à Dívida Ativa da União, expedida pela da Secretaria da Receita Federal do Brasil e da Procuradoria-Geral da Fazenda Nacional com jurisdição sobre o local da sede da licitante;
- d) certidões negativas de débitos ou positiva com efeito de negativa ou de não contribuinte expedidas por órgãos das Secretarias de Fazenda do Estado, do Distrito Federal e do Município em que estiver localizada a sede da licitante;

- e) certidão negativa ou positiva com efeito de negativa de Débitos Trabalhistas – CNDT, que comprove a inexistência de débitos inadimplidos perante a Justiça do Trabalho;
- f) certificado de regularidade de situação do Fundo de Garantia do Tempo de Serviço - FGTS;
- g) declaração de que não utiliza mão de obra direta ou indireta de menores de 18 (dezoito) anos para a realização de trabalhos noturnos, perigosos ou insalubre, bem como não utiliza, para qualquer trabalho, mão de obra direta ou indireta de menores 16 (dezesseis) anos, exceto na condição de aprendiz, a partir de 14 (quatorze) anos, (conforme da Lei Federal nº 12.232/2010 e o inciso VI do artº 68 da Lei Federal nº 14.133, de 01 de abril de 2021, nos termos do Anexo VI deste Edital;
- h) declaração, sob as penas da lei, da superveniência de fato impeditivo, para sua habilitação, nos termos do Anexo VII deste Edital.

16.2.2.1 Será considerada como válida pelo prazo de 90 (noventa) dias, contados a partir da data da respectiva emissão, para este certame, a certidão que não apresentar prazo de validade, exceto se anexada legislação específica para o respectivo documento.

16.2.2.2 Será considerado como regular a situação quando estiver suspensa a exigibilidade.

16.2.3 A Qualificação Técnica deverá ser comprovada com os seguintes documentos:

- a) uma ou mais declarações, fornecidas por pessoas jurídicas de direito público ou privado, que atestem que a licitante prestou à declarante serviços compatíveis com o do objeto desta concorrência, representados, no mínimo, pelas atividades descritas no subitem 2.1 deste Edital.
- b) certificado de qualificação técnica de funcionamento de que trata a Lei nº 12.232, de 2010, art. 4º e seu § 1º, obtido perante o Conselho Executivo das Normas-Padrão – CENP, autenticado, ou, se emitido por via eletrônica, sujeito a confirmação no sítio eletrônico do CENP;
- c) no caso de agência que não tenha sede, escritório no Município, declaração de que, caso venha a constituir-se em uma das vencedoras deste certame, instalará, no prazo máximo de 30 (trinta) dias, contados da data de assinatura do contrato, a estrutura mínima prevista no subitem 24.13.2.

16.2.4 A Qualificação Econômico-financeira deverá ser comprovada com os seguintes documentos:

- a) certidão negativa de falência e de recuperação judicial ou extrajudicial expedida pelo distribuidor da sede fiscal da licitante, dentro do prazo de validade;
- a1) caso não conste prazo de validade, será aceita a certidão emitida em até 30 (trinta) dias, antes da data de apresentação dos Documentos de Habilitação;
- a2) no caso de praças com mais de um cartório distribuidor, deverão ser apresentadas as certidões de cada distribuidor;
- b) balanço patrimonial e demonstrações contábeis do último exercício social, já exigíveis e apresentados na forma da lei, que comprove a boa situação financeira da licitante, vedada a sua substituição por balancetes ou balanços provisórios, podendo ser atualizados por índices oficiais quando encerrados há mais de 03 (três) meses da data de apresentação dos Documentos de Habilitação;

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

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

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

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

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

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

IV. para as empresas que escrituram por meio do Sistema Público de Escrituração Digital – SPED, impressão dos seguintes arquivos gerados pelo referido sistema: a) balanço patrimonial e demonstrações contábeis;

b) termo de abertura e encerramento;

c) recibo de entrega de Escrituração Contábil Digital.

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

b) balanço intermediário, no caso de sociedades com movimentação.

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

a) do balanço referido na alínea "b" do subitem 16.2.4, cujos índices de Liquidez Geral (LG), de Solvência Geral (SG) e de Liquidez Corrente (LC), resultantes da aplicação das fórmulas a seguir, terão de ser maior ou igual a um ($>$ ou $=$ a 1):

‘Ativo Circulante + Realizável a Longo Prazo

LG = -----

Passivo Circulante + Exigível a Longo Prazo

Ativo Total

SG = ----- Passivo Circulante +
Exigível a Longo Prazo

Ativo Circulante

LC = -----

Passivo Circulante

- b) das demonstrações contábeis referidas no subitem 16.2.4.1, cujo índice de Solvência, obtido conforme fórmula a seguir, terá de ser maior ou igual a um (> Ou = a 1):

Ativo total

S = -----

Passivo Exigível

16.2.4.3 Os índices de que tratam as alíneas “a” e “b” do subitem 16.2.4.2 serão calculados pela licitante e confirmados pelo responsável por sua contabilidade mediante sua assinatura e a indicação do seu nome e do seu número de registro no Conselho Regional de Contabilidade.

16.2.4.4 A licitante que apresentar resultado menor que 1 (um), no cálculo de quaisquer dos índices referidos na alínea "a" ou "b", do subitem 16.2.4.2, deverá incluir no invólucro nº 5 comprovante que possui patrimônio líquido mínimo de R\$ 100.000,00 (cem mil reais).

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

16.4 O certificado de registro cadastral, emitido pela Secretaria de Estado da Administração e Previdência do Pará, desde que válido e sem pendências, substitui os documentos referentes à Regularidade jurídica e fiscal, exceto os itens "g" e "h" do subitem 16.2.2, quanto às informações disponibilizadas em sistema informatizado de consulta direta.

17. ANÁLISE DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

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

17.1.1 Se nenhuma licitante restar habilitada, a Comissão Especial de Licitação reabrirá a fase de Habilitação, com nova convocação de todas as licitantes classificadas no julgamento final das Propostas para apresentar os respectivos documentos, no prazo de 8 (oito) dias úteis, em atenção aos princípios da eficácia e da economicidade, mantidas, neste caso, todas as condições preestabelecidas.

17.2 Para a análise da habilitação das licitantes, na forma do subitem 17.1 também serão realizadas consultas ao Cadastro Unificado de Fornecedores do Estado do Pará ; ao Cadastro Nacional de Empresas Idôneas e Suspensas (CEIS), no Portal da Transparência mantido pela Controladoria-Geral da União (CGU); ao Cadastro Nacional de Condenações Cíveis por Ato de Improbidade Administrativa, disponível no Portal do Conselho Nacional de Justiça (CNJ) e ao Cadastro de Fornecedores Impedidos de Licitar e Contratar mantido pelo Tribunal de Contas do Estado do Pará

18. COMISSÃO ESPECIAL DE LICITAÇÃO E SUBCOMISSÃO TÉCNICA

18.1 Esta concorrência será processada e julgada por Comissão Especial de Licitação, com exceção da análise e julgamento das Propostas Técnicas.

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

18.2.1 Um dos membros da Subcomissão não poderá manter nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com os órgãos e entidades do Poder Executivo do Município de Monte Alegre.

18.3 A escolha dos membros da Subcomissão Técnica dar-se-á por sorteio, em sessão pública, entre os nomes de uma seleção que terá, no mínimo, 9 (nove) integrantes, sendo que 3 (três) deles não podem ter nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com o Poder Executivo do Municipal e todos serão previamente cadastrados pela PMMA

18.3.1 A relação dos nomes referidos no subitem 18.3 deste Edital será publicada pela Comissão Especial de Licitação no Diário Oficial dos Municípios do Estado do Pará, em prazo não inferior a 8 (oito) dias da data em que será realizada a sessão pública marcada para o sorteio.

18.3.2 O sorteio será processado pela Comissão Especial de Licitação de modo ao preenchimento das vagas da Subcomissão Técnica, de acordo com a proporcionalidade do número de membros que mantenham ou não vínculo com o Poder Executivo do Município de Monte Alegre, nos termos dos subitens 18.2.1 e 18.3.

18.3.3. A relação prevista no subitem 18.3 deste Edital conterà, separadamente, os nomes dos que mantêm e os dos que não mantêm vínculo com o Poder Executivo do Município de Monte Alegre.

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

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

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

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

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

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

19. PROCEDIMENTOS LICITATÓRIOS

19.1 Serão realizadas sessões públicas, de acordo com os procedimentos previstos neste Edital e na legislação, das quais serão lavradas atas circuncidadas dos atos e fatos dignos de registro, assinadas pelos membros e pelos representantes das licitantes presentes.

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

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

19.1.3 A Comissão Especial de Licitação e a Subcomissão Técnica, conforme o caso, cuidarão para que a interpretação e aplicações das regras estabelecidas neste edital e em seus Anexos busquem o atingimento das finalidades da licitação, evitando-se o apego a formalismos exagerados, irrelevantes ou desarrazoados, que não contribuam para assegurar a contratação da proposta mais vantajosa e a igualdade de oportunidade de participação dos interessados, nos termos do art. 5º, *caput*, da Lei Federal nº14.133/2021.

19.1.3.1 No atendimento do subitem 19.1.3 a Comissão de Licitação e a Subcomissão técnica, conforme o caso, poderão, no interesse da PMMA, relevar aspectos puramente formais nas Propostas Técnicas e de Preço e nos documentos de Habilitação apresentados pelas licitantes, desde que não comprometam a lisura e o caráter competitivo desta concorrência.

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

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

19.1.6 Antes do aviso oficial do resultado da proposta técnica, não serão fornecidas, a quem quer que seja, quaisquer informações referentes à análise, avaliação ou comparação entre as propostas.

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

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

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

Primeira Sessão

19.2 A primeira sessão pública será realizada no dia, hora e local previstos no subitem 7.2. deste Edital e terá a seguinte pauta inicial:

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

19.2.1 O Invólucro nº 1, com a via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária, só será recebido pela Comissão Especial de Licitação se:

- a) não estiver identificado;
- b) não apresentar marca, sinal, etiqueta ou outro elemento que possibilite a identificação da licitante antes da abertura do Invólucro nº 2;
- c) não estiver danificado ou deformado pelas peças, material e ou demais documentos acondicionados de modo a possibilitar a identificação da licitante antes da abertura do Invólucro nº 2;
- d) não estiver acondicionado em invólucro diferente do fornecido pela PMMA.

19.2.1.1 Ante a ocorrência de qualquer das hipóteses previstas nas alíneas "a", "b", "c" e "d" do subitem 19.2.1, a Comissão Especial de Licitação não receberá o Invólucro nº 1, o que também a impedirá de receber os demais invólucros da mesma licitante.

19.2.2 A primeira sessão prosseguirá com a seguinte pauta básica:

- a) rubricar, no fecho, sem abri-los, os invólucros nº 2 e nº 4, que permanecerão fechados sob a guarda e responsabilidade da Comissão Especial de Licitação, e separá-los dos Invólucros nº 1 e nº 3;
- b) retirar e rubricar o conteúdo dos Invólucros nº 1;
- c) abrir os Invólucros nº 3 e rubricar seu conteúdo;
- d) colocar à disposição dos representantes das licitantes, para rubricar e examinar, os documentos que constituem os Invólucros nº 1 e nº 3;
- e) informar que as licitantes serão convocadas para a próxima sessão por meio eletrônico.

19.2.2.1 A Comissão Especial de Licitação, antes do procedimento previsto na alínea "b" do subitem 19.2.2, adotará medidas para evitar que seus membros e/ou os representantes das licitantes possam, ainda que acidentalmente, identificar a autoria de algum Plano de Comunicação Publicitária.

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

19.2.3 A Comissão Especial de Licitação não lançará nenhum código, sinal ou marca nos Invólucros nº 1 nem nos documentos que compõem a via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária.

19.2.4 Abertos os invólucros nº 1 e nº 3, as licitantes não poderão desistir de suas Propostas, a não ser por motivo justo, decorrente de fato superveniente, e aceito pela Comissão Especial de Licitação.

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

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

- a) encaminhamento, pela Comissão Especial de Licitação à Subcomissão Técnica, dos invólucros nº 1, com as vias não identificadas do Plano de Comunicação Publicitária;
- b) análise individualizada e julgamento, pela Subcomissão Técnica, das vias não identificadas do Plano de Comunicação Publicitária, de acordo com os critérios especificados neste Edital;
- c) elaboração e encaminhamento, pela Subcomissão Técnica à Comissão Especial de Licitação, da ata de julgamento dos Planos de Comunicação Publicitária, de planilha com as pontuações e de justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso;
- d) encaminhamento, pela Comissão Especial de Licitação à Subcomissão Técnica, dos Invólucros nº 3, com a Capacidade de Atendimento, o Repertório e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação;
- e) análise individualizada e julgamento, pela Subcomissão Técnica, da Capacidade de Atendimento, do Repertório e dos Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, de acordo com os critérios especificados neste Edital;
- f) elaboração e encaminhamento, pela Subcomissão Técnica à Comissão Especial de Licitação, da ata de julgamento das Propostas referentes à Capacidade de

Atendimento, ao Repertório e aos Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, de planilha com as pontuações e de justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso.

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

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

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

SEGUNDA SESSÃO

19.3 Após receber as atas de julgamento das Propostas Técnicas (Invólucros nº1 e nº3), respectivas planilhas de julgamento e demais documentos elaborados pela Subcomissão Técnica, a Comissão Especial de

Licitação convocará as licitantes, na forma do item 21 deste Edital, para participar da segunda sessão pública, com a seguinte pauta básica:

- a) Identificar os representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;
- b) abrir os Invólucros nº 2;
- c) cotejar as vias não identificadas (Invólucro nº 1) com as vias identificadas (Invólucro nº 2) do Plano de Comunicação Publicitária, para identificação de sua autoria;
- d) elaborar planilha geral com as pontuações atribuídas a cada quesito de cada

Proposta Técnica;

- e) proclamar o resultado do julgamento geral da Proposta Técnica, com a indicação das licitantes classificadas e das desclassificadas, em ordem decrescente de pontuação, abrindo-se prazo de 5 (cinco) dias úteis para interposição de recurso, conforme disposto no art. 94 da Lei nº 15.608/2007 e no art. 109, da Lei nº 14.133/2021.

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

TERCEIRA SESSÃO

19.4 Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, a Comissão Especial de Licitação convocará as licitantes, na forma do item 21 deste Edital, para participar da terceira sessão pública, com a seguinte pauta básica:

- a) identificar os representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;
- b) abrir os Invólucros nº 4, com a Proposta de Preço cujos documentos serão rubricados pelos membros da Comissão Especial de Licitação e pelos representantes das licitantes presentes ou por comissão por eles indicada,
- c) colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame dos documentos integrantes dos Invólucros nº 4;
- d) analisar o cumprimento, pelas licitantes, das exigências deste Edital para a elaboração das Propostas de Preços e julgá-las de acordo com os critérios nele especificados;
- e) Informar que o resultado do julgamento da Proposta de Preço e do julgamento final das propostas será publicado na forma do item 21 deste Edital, com a indicação da ordem de classificação, abrindo-se prazo de 3 (três) dias úteis para interposição de recurso, conforme disposto no da Lei Federal nº 12.232/2010e no art. 165, Inciso I, da Lei Federal nº 14.133/2021.

QUARTA SESSÃO

19.5 Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, a Comissão Especial de Licitação convocará as licitantes classificadas no julgamento final, para participar da quarta sessão pública, com a seguinte pauta básica:

- a) identificar os representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;

- b) receber e abrir os Invólucros nº 5, cujos documentos serão rubricados pelos membros da Comissão Especial de Licitação e pelos representantes das licitantes presentes ou por comissão por eles indicada;
- c) analisar a conformidade dos documentos de Habilitação com as condições estabelecidas neste Edital e na legislação em vigor;
- d) colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame, os documentos integrantes dos Invólucros nº 5,
- e) informar:
 - e.1) que o resultado da habilitação será publicado na forma do item 21 deste Edital, com a indicação das licitantes habilitadas e inabilitadas, abrindo-se prazo de 3 (cinco) dias úteis para interposição de recurso, conforme disposto no art. 94 da Lei nº 15.608/2007 e no art. 165, da Lei nº 14.133/2021;
 - e.2) que será publicado na forma do item 21 deste Edital o nome da licitante vencedora desta concorrência, caso não tenha sido interposto recurso na fase de habilitação, ou tenha havido a sua desistência ou, ainda, tenham sido julgados os recursos interpostos.

20. HOMOLOGAÇÃO E ADJUDICAÇÃO

20.1 Não tendo sido interposto recurso na fase de habilitação, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, o Prefeito Municipal homologará o resultado desta concorrência e adjudicará o seu objeto às licitantes vencedoras.

21. DIVULGAÇÃO DOS ATOS LICITATÓRIOS

21.1 A juízo da Comissão Especial de Licitação, todas as decisões referentes a esta concorrência poderão ser divulgadas conforme a seguir, ressalvadas aquelas cuja publicação no Diário Oficial dos Municípios do Estado do Pará é obrigatória:

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

22. RECURSOS ADMINISTRATIVOS

22.1 Eventuais recursos referentes à presente concorrência deverão ser interpostos no prazo máximo de 3 (três) dias úteis a contar da intimação do ato ou da lavratura da ata, em petição escrita dirigida a Comissão Especial de Licitação da PMMA, a ser protocolizada, preferencialmente, mediante o Sistema Integrado de Documentos – e Protocolo (<https://licitacoes@montealegre.pa.gov.br>), nos termos do Decreto nº 7.304/2021 ou fisicamente no setor de Licitações, PMMA, situado na Praça Tiradentes, nº100- Cidade Baixa, CEP: 68.220-000, Monte Alegre - PA, das 08h00 (oito horas) às 12h00 (doze horas) e das 14h00 (quatorze horas) às 18h00 (dezoito horas).

22.2 Interposto o recurso, o fato serão comunicados às demais licitantes, que poderão impugná-lo no prazo máximo de 3 (três) dias úteis.

22.3 Recebida(s) a(s) impugnação(ões), ou esgotado o prazo para tanto, a Comissão Especial de Licitação poderá reconsiderar a sua decisão, no prazo de 3 (três) dias úteis, ou, no mesmo prazo, submeter o recurso,

devidamente instruído, e respectiva(s) impugnação(ões) ao Agente de Contratação que decidirá em 3 (três) dias úteis contados de seu recebimento.

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

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

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

23. RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS

23.1 A soma das despesas com o) contrato resultantes desta concorrência está estimada em **R\$ 900.000,00 (novecentos mil reais)**, por 12 (doze) meses, e será executada de acordo com o previsto no item 2 deste Edital.

23.2 Os recursos para a execução dos serviços durante o exercício de 2025 estão consignados nas dotações orçamentárias, conforme Anexo V deste EDITAL.

23.3 Se a PMMA optar pela prorrogação dos contratos que vierem a ser assinados, será consignado no orçamento do Município as dotações necessárias ao atendimento dos pagamentos previstos para os próximos exercícios.

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

24. CONDIÇÕES PRÉ-CONTRATUAIS E CONTRATUAIS

24.1 As licitantes vencedoras terão o prazo de até 5 (cinco) dias, contado a partir da convocação, para assinar o respectivo instrumento de contrato, nos moldes da minuta que constitui o Anexo VIII deste Edital, e o prazo de até 10 (dez) dias, contado a partir da data de assinatura do contrato, para apresentar a garantia prevista no subitem 25 deste Edital, sob pena de configuração de inadimplemento sujeito à aplicação de penalidades.

24.1.1 O prazo para a assinatura do contrato poderá ser prorrogado, a juízo da PMMA, à vista das justificativas que lhe forem apresentadas pelas respectivas vencedoras.

24.1.1.1 Se as licitantes vencedoras não comparecerem, nos prazos estipulados para assinar os respectivos contratos e/ou não apresentarem o comprovante da prestação da garantia contratual, a PMMA poderá convocar as licitantes remanescentes, na ordem de classificação, para assinar os contratos em igual prazo e nas mesmas condições apresentadas na proposta da licitante que deixou de assinar os contratos e/ou apresentar a garantia, ou revogar esta concorrência, independentemente da cominação prevista no da Lei Federal nº 12.232/2010 e no art. 90, Inciso I, § 5º da Lei Federal nº 14.133/2021.

24.1.2 Antes da celebração dos contratos a PMMA efetuará consulta ao Cadastro Nacional de Empresas Idôneas e Suspensas (CEIS), no Portal da Transparência mantido pela Controladoria-Geral da União (CGU); ao Cadastro Nacional de Condenações Cíveis por Ato de Improbidade Administrativa, disponível no Portal

do Conselho Nacional de Justiça (CNJ) e ao Cadastro de Fornecedores Impedidos de Licitar e Contratar mantido pelo Tribunal de Contas do Estado do Pará.

24.2 Os contratos para a execução dos serviços objeto deste Edital terão duração de 12 (doze) meses, contados a partir do dia da sua assinatura.

24.2.1 O prazo de que trata o subitem anterior poderá ser prorrogado, a juízo da PMMA, mediante acordo entre as partes, nos termos do da Lei Federal nº 12.232/2010 e do art. 107, da Lei Federal nº 14.133/2021.

24.3 A PMMA poderá rescindir, a qualquer tempo, os contratos que vierem a ser assinados, independentemente de interpelação judicial ou extrajudicial, sem que assista às contratadas qualquer espécie de direito, nos casos previstos na da Lei Federal nº 12.232/2010, na Lei Federal nº 14.133/2021 e nos contratos a serem firmados entre as partes, com a exceção do que estabelece o art. 138, I e II da Lei Federal nº 14.133/2021.

24.4 A rescisão dos contratos acarretará independentemente de qualquer procedimento judicial ou extrajudicial por parte da PMMA, a retenção dos créditos decorrentes dos contratos, limitada ao valor dos prejuízos causados, além das sanções previstas neste Edital e em lei, até a completa indenização dos danos, conforme o caso.

24.5 Às contratadas poderão ser aplicadas as sanções e penalidades previstas na da Lei Federal nº 12.232/2010 e na Lei Federal nº 14.133/2021 e nos contratos a serem firmados com as mesmas.

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

24.7 Obrigam-se também as contratadas por quaisquer responsabilidades decorrentes de ações judiciais, inclusive trabalhistas, que lhes venham a ser atribuídas por força de lei, relacionadas com o cumprimento do presente Edital e dos contratos que vierem a ser assinados.

24.8 As contratadas, independentemente de solicitação, deverão prestar esclarecimentos à PMMA sobre eventuais atos ou fatos desabonadores noticiados que as envolvam.

24.9 As contratadas só poderão divulgar informações acerca da prestação dos serviços objeto desta concorrência, que envolva o nome da PMMA, se houver expressa autorização, observadas, ademais, as regras contratuais e legais de compliance e de proteção de dados (Lei Federal nº 13.709/2018).

24.10 É vedado às contratadas caucionar ou utilizar os contratos resultantes da presente concorrência para qualquer operação financeira.

24.11 As contratadas se obrigam a manter, durante toda a execução dos contratos, as condições de qualificação e habilitação exigidas nesta concorrência, incluída a certificação de qualificação técnica de funcionamento de que trata o art. 4º, caput e seu § 1º da Lei nº 12.232/2010.

24.12 A PMMA avaliará, semestralmente, os serviços prestados pelas contratadas, nos termos do subitem 7.11 da Cláusula Sétima da minuta de contrato (Anexo VIII).

24.13 As contratadas centralizarão o comando da publicidade, objeto desta licitação, no Município de Monte Alegre, onde, para esse fim, manterão sede e/ escritório ou sucursal.

24.13.1 A seu juízo, as contratadas poderão utilizar-se de suas matrizes ou de seus representantes em outros Estados para serviços de criação e de produção ou outros complementares ou acessórios que venham a ser necessários, desde que garantidas as condições previamente acordadas.

24.13.2 No prazo máximo de 30 (trinta) dias, a contar da data da assinatura dos contratos, as contratadas deverão comprovar que possuem, no Município de Monte Alegre, estrutura de atendimento compatível com o volume e a característica dos serviços a serem prestados a PMMA, representada, no mínimo, pelos seguintes profissionais:

- a) três profissionais na área de atendimento, sendo dois de nível sênior e um de nível júnior;
- b) um profissional na área de planejamento;
- c) duas duplas de profissionais na área de criação, sendo uma específica para o meio digital;
- d) dois profissionais nas áreas de produção gráfica, eletrônica e de design/computação gráfica;
- e) quatro profissionais na área de mídia, sendo um supervisor de mídia; um coordenador de mídia, um de mídia digital e um assistente de mídia.

24.14 Integrarão os contratos a serem firmados, independentemente de transcrição, as condições estabelecidas neste Edital e em seus anexos, bem como os elementos apresentados pelas respectivas licitantes vencedoras que tenham servido de base para o julgamento desta concorrência.

25. GARANTIA

25.1 Será exigida das licitantes vencedoras prestação de garantia, em favor da PMMA, correspondente a 1,0% (um por cento) sobre o valor máximo do contrato, assim entendido o valor máximo desta licitação, em uma das modalidades previstas no da Lei Federal nº 12.232/2010 e no art. 96, § 1º, I, II, III da Lei Federal nº 14.133/2021, à escolha das licitantes vencedoras, nas seguintes modalidades:

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

25.2 Se a licitante optar pela caução em dinheiro, o depósito deverá ser feito em conta corrente aberta pela CONTRATANTE no Banco do Brasil S/A.

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

- a) seu prazo de validade deverá corresponder ao período de vigência do contrato, acrescido de 90 (noventa) dias;
- b) a apólice deverá indicar a PMMA como beneficiária;
- c) não será aceita apólice que contenha cláusula contrária aos interesses do Governo do Estado.

25.4 A fiança bancária será formalizada por meio de carta de fiança emitida por instituição financeira que, por si ou pelos acionistas detentores de seu controle, não participem do capital ou da direção da licitante.

25.4.1 A carta de fiança deverá ter:

- a) prazo de validade correspondente ao período de vigência de contrato acrescido de 90 (noventa) dias;
- b) expressa afirmação do fiador de que, como devedor solidário, fará o pagamento à PMMA independentemente de interpelação judicial, caso o afiançado não cumpra suas obrigações;
- c) renúncia expressa do fiador ao benefício de ordem e aos direitos previstos nos arts. 827 e 838 do Código Civil Brasileiro;
- d) cláusula que assegure a atualização do valor afiançado, a atualização do valor afiançado, de acordo com o previsto neste Edital.

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

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

26. DA EXECUÇÃO DOS SERVIÇOS

26.1 Para execução dos serviços deverão ser observadas as normas legais específicas sobre eles, objeto da presente licitação especialmente a Lei Federal nº 12.232/2010, a Lei Federal nº 4.680/1965 e os Decretos Federais nº 57.690/1966 e 4.563/2002, bem como as demais normas da legislação publicitária em vigor.

26.2 Somente pessoas físicas e jurídicas previamente cadastradas junto ao Cadastro Unificado de Fornecedores do Município de Monte Alegre, poderão fornecer às contratadas, bens ou serviços especializados relacionados com as atividades complementares da execução dos serviços, objeto da presente licitação, nos termos do art. 14 da Lei nº 12.232/2010.

26.3 O fornecimento de bens ou serviços especializados, a que se refere o subitem anterior, exigirá sempre a apresentação pelas contratadas a contratante, de 03 (três) orçamentos obtidos entre pessoas cadastradas que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido, conforme o artigo 14, § 1º, da Lei Federal nº12.232/2010.

26.4 Sempre que a produção tiver valor superior a 0,5% (cinco décimos por cento), do valor global do contrato, a contratada procederá à coleta de orçamentos de fornecedores em invólucros fechados, que serão abertos em sessão pública, convocada e realizada sob fiscalização do contratante, nos termos do artigo 14, § 2º da Lei Federal nº12.232/2010.

26.5 Não havendo, entre as empresas cadastradas, uma que possa atender a demanda, as contratadas poderão contratar empresa não cadastrada mediante prévia e expressa justificativa, ficando a critério do contratante a aceitação ou não.

26.6 Os custos e despesas de produção e veiculação apresentadas ao contratante para pagamento, deverão ser acompanhados dos orçamentos, da demonstração do valor devido ao fornecedor ou veículo, de sua tabela de preços da descrição dos descontos negociados e dos pedidos correspondentes, bem como do relatório de checagem de veiculação, sempre que possível.

26.7 O objeto da presente licitação somente será recebido se não houver a constatação de qualquer irregularidade. Em havendo irregularidade:

a) se disser respeito à especificação, o contratante poderá rejeitá-lo, no todo ou em parte determinando sua substituição, sem prejuízo das penalidades cabíveis, no prazo máximo de 48 (quarenta e oito) horas, contadas da data de recebimento da notificação por escrito, mantidos os termos de negociação contratados inicialmente,

b) se disser respeito à diferença de quantidade ou de partes, o contratante poderá determinar sua complementação, sem prejuízo das penalidades cabíveis, no prazo máximo de 48 (quarenta e oito) horas, contadas da data do recebimento da notificação por escrito, mantidos os termos de negociação contratados inicialmente.

26.8 As contratadas estão obrigadas a aceitar, nas mesmas condições contratuais, os acréscimos e supressões de até 25% (vinte e cinco por cento) do valor inicial atualizado do contrato ou da nota de empenho.

26.9 Considerar-se-á rescindido de pleno direito o contrato, nos casos de falência, liquidação judicial ou extrajudicial da Contratada, ou em virtude de qualquer ato que impeça a continuidade de sua execução.

27. REMUNERAÇÃO E PAGAMENTO

27.1 A remuneração às contratadas, pelos serviços prestados, será feita nos termos das Cláusulas Oitava e Nona da minuta de contrato (Anexo VIII), consoante os preços estabelecidos em suas Propostas de Preços.

27.2 A forma e as condições de pagamento são as constantes da Cláusula Décima Terceira da minuta de contrato (Anexo VIII).

28. FISCALIZAÇÃO

28.1 A PMMA nomeará, por resolução específica, os servidores que serão responsáveis pela gestão e fiscalização dos contratos resultantes desta concorrência, os quais registrarão em relatório todas as ocorrências, deficiências, irregularidades ou falhas porventura observadas na execução dos serviços e terão poderes, entre outros, para notificar as contratadas, objetivando sua imediata correção, nos termos da Cláusula Sétima da minuta de contrato (Anexo VIII).

29. SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

29.1 Será aplicada às licitantes vencedoras multa compensatória de 10% (dez por cento), calculada sobre a estimativa de despesas prevista no subitem 23.1, independentemente de outras sanções e penalidades previstas na Lei Federal nº 12.232/2010 e na Lei Federal no 14.133/2021, diante das seguintes ocorrências:

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

29.1.1 O disposto no subitem precedente não se aplica às licitantes convocadas na forma do subitem 24.1.1.1.

29.2 O descumprimento total ou parcial das obrigações assumidas pelas contratadas, sem justificativa aceita pela PMMA, resguardados os preceitos legais pertinentes, poderá acarretar as sanções previstas em lei e nos contratos a serem firmados entre as partes, nos termos da Cláusula Décima Quinta da minuta de contrato (Anexo VIII).

30. VEDAÇÃO AO NEPOTISMO – DECRETO ESTADUAL Nº 2.485/2019

30.1 Aplica-se a esta licitação o disposto no Decreto Estadual nº 2.485/2019, que veda o nepotismo no âmbito dos órgãos e entidades da Administração Pública Estadual direta e indireta.

30.2 Nos termos do art. 7º do Decreto Estadual nº 2.485/2019, é vedado que familiar de agente público preste serviços no órgão ou entidade em que este exerça cargo em comissão ou função de confiança.

30.2.1 Conforme definição dada pelo art. 2º, III, do Decreto Estadual nº 2.485/2019, considera-se familiar o cônjuge, o companheiro ou o parente em linha reta ou colateral, por consanguinidade ou afinidade, até o terceiro grau.

31. DISPOSIÇÕES FINAIS

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

31.2 A Comissão Especial de Licitação, por solicitação expressa da Subcomissão Técnica, poderá proceder à vistoria das instalações e da aparelhagem que as agências classificadas no julgamento das Propostas Técnicas disponibilizarão para a realização dos serviços objeto desta concorrência.

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

31.3 Os documentos a serem apresentados pelas licitantes no curso do presente certame e que necessitem da assinatura dos responsáveis legais das empresas ou de seus procuradores poderão ser firmados eletronicamente, mediante a utilização de assinatura eletrônica qualificada (a que utiliza certificado digital emitido pela ICPBrasil, nos termos do § 1º do art. 10 da Medida Provisória nº 2.200-2, de 24 de agosto de 2001) ou assinatura eletrônica avançada (a que utiliza certificados não emitidos pela ICP-Brasil) realizada em plataformas digitais, desde que estas adotem parâmetros adequados de segurança e garantam a comprovação da autoria e da integridade dos documentos assinados eletronicamente, consoante as disposições legais aplicáveis.

31.3.1 No caso de dúvidas quanto à validade da assinatura eletrônica e a integridade do documento, a Comissão Especial de Licitação deverá realizar as devidas diligências, nos termos do subitem 31.1 deste edital.”

31.4 Até a assinatura dos contratos, as licitantes vencedoras poderão ser desclassificadas se a PMMA tiver conhecimento de fato superveniente desabonador às suas classificações ou às suas habilitações, conhecido após o julgamento de cada fase.

31.4.1 Se ocorrer a desclassificação de licitante vencedora por fatos referidos no subitem precedente, a PMMA poderá convocar as licitantes remanescentes por ordem de classificação ou revogar esta concorrência.

31.5 Se, durante a execução dos contratos, o instrumento firmado com uma ou mais contratadas não for prorrogado, por conveniência da Administração, ou for rescindido, nos casos previstos na legislação e no contrato, a PMMA poderá convocar as licitantes remanescentes, na ordem de classificação verificada nesta concorrência, para dar continuidade à execução do objeto, desde que concordem com isso e se disponham a cumprir todas as condições e exigências a que estiverem sujeitas as signatárias dos contratos.

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

31.6.1 A PMMA reserva-se ao direito de verificar se a qualidade do profissional substituto é equivalente ou superior à do substituído, aprovando em seguida a substituição, se for o caso.

31.6.2 Se houver descumprimento do item 31.5 ou 31.5.1, a licitante fica sujeita às sanções dispostas no da Lei Federal nº 12.232/2010.

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

31.8 A Comissão Especial de Licitação poderá, no interesse da PMMA, relevar omissões puramente formais nos Documentos e Propostas apresentados pelas licitantes, desde que não comprometam a lisura e o caráter competitivo desta concorrência, bem como o sigilo acerca da identidade do proponente, nos termos do art. 6º, incisos XII e XIII, art. 9º, §1º e art. 11, todos da Lei Federal nº 12.232/2010.

31.9 Se houver indícios de conluio entre as licitantes ou de qualquer outro ato de má-fé, a PMMA comunicará os fatos verificados à Procuradoria-Geral do Estado, à Controladoria-Geral do Estado e ao Ministério Público Estadual, para as providências devidas.

31.10 É proibido a qualquer licitante tentar impedir o curso normal do processo licitatório mediante a utilização de recursos ou de meios meramente protelatórios, sujeitando-se a autora às sanções legais e administrativas aplicáveis, conforme dispõe o art. 337-I do Título XI da Parte Especial do Decreto-Lei nº 2.848, de 7 de dezembro de 1940 (Código Penal).

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

31.12.1 A nulidade do procedimento licitatório induz à do contrato, sem prejuízo do disposto no da Lei Federal nº 12.232/2010 e parágrafo único do art. 148 da Lei Federal nº 14.133/2021.

31.13 A PMMA poderá cancelar de pleno direito a Nota de Empenho que vier a ser emitida em decorrência desta licitação, bem como rescindir os respectivos contratos, independentemente de interpelação judicial ou extrajudicial, desde que motivado o ato e assegurados às contratadas o contraditório e a ampla defesa, caso a adjudicação seja anulada, em virtude de qualquer dispositivo legal que a autorize.

31.14 Antes da data marcada para o recebimento e a abertura dos invólucros com as Propostas, a Comissão Especial de Licitação poderá, por motivo de interesse público, por sua iniciativa ou em consequência de solicitações de esclarecimentos, alterar este Edital e seus anexos, garantida a reabertura do prazo inicialmente estabelecido para apresentação das Propostas, exceto quando, inquestionavelmente, a alteração não afetar a formulação das Propostas.

31.15 Correrão por conta da PMMA as despesas que incidirem sobre a formalização dos contratos, aí incluídas as decorrentes de sua publicação, que deverá ser efetivada no Diário Oficial do Estado do Pará, na forma prevista no Lei Federal nº 12.232/2010 e do art. 94, parágrafo único, da Lei nº 14.133/2021.

31.16 As questões suscitadas por este Edital que não possam ser dirimidas administrativamente serão processadas e julgadas no Foro Central de Monte Alegre- Comarca da Região, com exclusão de qualquer outro, por mais privilegiado que seja.

31.17 Integram este Edital os seguintes anexos:

- a) Anexo I - Briefing;
- b) Anexo II - Modelo de Procuração e Declaração;
- c) Anexo III - Modelo de Declaração de que trata;
- d) Anexo IV – A – Proposta de Preços Sujeitos a Valoração;
- e) Anexo IV – B – Declaração de Elaboração Independente de Proposta;
- f) Anexo IV – C – Declaração de Compromisso;
- g) Anexo V – Órgãos/Entidades e Dotações Orçamentárias;
- h) Anexo VI – Modelo de declaração que não emprega menor de idade, salvo na condição de aprendiz – art 7º, XXXIII, da CF;
- i) Anexo VII – Modelo de Declaração de Inexistência de Fato Superveniente;
- j) Anexo VIII – Minuta de Contrato;
- k) ANEXO IX - Formulário de Cadastro – Lista de composição da subcomissão técnica – Membro com vínculo funcional ou contratual ,
- l) ANEXO X - Formulário de Cadastro – Lista de composição da subcomissão técnica – Membro sem vínculo funcional ou contratual ,

Monte Alegre/PA, 06 de março de 2025.

Alex Gean Brandão de Freitas
Agente de Contratação
Portaria nº 525/2024

CONCORRÊNCIA PÚBLICA PRESENCIAL N° 001/2025

ANEXO I

BRIEFING

O presente briefing consiste em informações destinadas às agências de publicidade e propaganda participantes do procedimento licitatório, podendo a Prefeitura Municipal de Monte Alegre utilizar as sugestões apresentadas pelas empresas vencedoras desta licitação em campanhas futuras.

CONTEXTO/CENÁRIO: MONTE ALEGRE/ SUSTENTÁVEL.

Monte Alegre, um município localizado no estado do Pará, possui um cenário sustentável voltado para a conservação ambiental, desenvolvimento social e econômico. O município, situado na região do Baixo Amazonas, é conhecido por sua biodiversidade, com destaque para a Amazônia e seus ecossistemas. A seguir, estão alguns dos principais aspectos do cenário sustentável de Monte Alegre:

1. Conservação Ambiental:

Monte Alegre é lar de um ecossistema de grande importância, com florestas, rios e uma rica fauna e flora. A cidade conta com a presença do Parque Estadual Monte Alegre, criado para proteger as cavernas e pinturas rupestres da região. Este parque é fundamental para a preservação do patrimônio natural e cultural local. Iniciativas de preservação de áreas de floresta nativa e a proteção das suas águas são essenciais para a sustentabilidade do município.

2. Projetos de Arborização e Urbanismo Sustentável:

O município tem se empenhado em projetos de arborização urbana para melhorar a qualidade de vida da população, buscando melhorar o conforto térmico e a qualidade do ar, além de contribuir para a preservação do meio ambiente. O projeto "Arboriza Monte Alegre" tem como objetivo aumentar o número de árvores plantadas em áreas urbanas, promovendo um ambiente mais saudável para os habitantes.

3. Bioeconomia e Desenvolvimento Sustentável:

Monte Alegre também está inserido em projetos de bioeconomia, com foco no uso sustentável dos recursos naturais da Amazônia. A cidade tem buscado integrar comunidades tradicionais e empreendedores em ações que envolvem a produção sustentável de produtos derivados da biodiversidade local, como o açaí, castanha e outros produtos nativos, garantindo a conservação da natureza enquanto promove o desenvolvimento econômico.

4. Educação Ambiental e Turismo Sustentável:

Além da preservação, Monte Alegre busca fomentar o turismo sustentável. O município tem um grande potencial turístico devido à sua riqueza cultural e natural, incluindo as pinturas rupestres no Parque Estadual Monte Alegre. A promoção do turismo ecológico, aliado à educação ambiental, é um dos pilares

para o fortalecimento da sustentabilidade na região, contribuindo para a conscientização sobre a importância da conservação dos recursos naturais.

5. Parcerias e Planejamento Estratégico:

O município tem se alinhado com órgãos estaduais e federais, como a Secretaria de Estado de Meio Ambiente (SEMAS), para desenvolver planos estratégicos voltados à sustentabilidade, como o Plano de Bioeconomia, que busca integrar a conservação ambiental com o desenvolvimento econômico local. As parcerias com as comunidades tradicionais, indígenas e organizações da sociedade civil são essenciais para garantir o sucesso de iniciativas sustentáveis.

6. Desafios:

Apesar dos avanços, Monte Alegre enfrenta desafios típicos de municípios da Amazônia, como o desmatamento ilegal, a exploração predatória de recursos naturais e a pressão sobre os ecossistemas locais. Além disso, é necessário ampliar a infraestrutura básica e os serviços públicos para suportar o crescimento sustentável da cidade, incluindo educação, saúde e saneamento.

Monte Alegre está no caminho para consolidar-se como um exemplo de desenvolvimento sustentável, unindo conservação ambiental, bioeconomia e bem-estar social. As ações implementadas até agora, como a arborização urbana e o turismo sustentável, são importantes, mas ainda há muitos desafios a serem enfrentados. A participação das comunidades locais e a colaboração com órgãos ambientais são essenciais para garantir um futuro sustentável para o município e para a região do Baixo Amazonas.

(DADOS FACTUAIS)

- Governança e redução das desigualdades

Em Monte Alegre, estado do Pará, a governança e a redução das desigualdades sociais têm sido temas importantes nas políticas públicas e no desenvolvimento local. A cidade, localizada na região do Baixo Amazonas, enfrenta desafios típicos da Amazônia, como a inclusão social, acesso a serviços essenciais, e a preservação ambiental. A seguir, são destacados alguns dos aspectos da governança e iniciativas voltadas à redução das desigualdades no município:

1. Governança Participativa e Inclusiva:

Monte Alegre tem adotado estratégias de **governança participativa**, com foco na colaboração entre o poder público, sociedade civil e comunidades tradicionais. A prefeitura tem buscado promover a **inclusão social** através da criação de espaços de diálogo, como audiências públicas e consultas a organizações comunitárias. A colaboração com as comunidades indígenas e outras populações tradicionais, que representam uma parte significativa da população local, é fundamental para garantir que suas necessidades sejam atendidas nas políticas públicas.

Além disso, a atuação de entidades como a **Secretaria Municipal de Assistência Social** tem se concentrado em promover uma gestão pública que leve em consideração as diversas demandas da população, desde

questões relacionadas ao acesso à saúde e educação até a promoção de projetos de geração de emprego e renda.

2. Educação e Capacitação:

A **educação** desempenha um papel central na redução das desigualdades sociais em Monte Alegre. O município tem buscado melhorar o acesso e a qualidade do ensino, principalmente para as comunidades mais distantes e as populações tradicionais. Há uma crescente **capacitação profissional** para jovens e adultos, focando na qualificação para o mercado de trabalho local e para o fortalecimento das atividades econômicas sustentáveis, como a bioeconomia e o turismo ecológico.

A implementação de **programas educacionais inclusivos**, que atendem a populações marginalizadas, é outra medida importante, assim como a construção e reforma de escolas em áreas mais isoladas, garantindo um maior acesso à educação de qualidade.

3. Saúde e Bem-estar Social:

A **saúde** é outra área prioritária nas políticas de redução das desigualdades em Monte Alegre. O município tem trabalhado para melhorar o acesso aos serviços de saúde, com foco na **atenção básica e saúde preventiva**. A população em áreas rurais e de difícil acesso recebe atenção através de **equipes de saúde da família**, além de unidades móveis de atendimento médico.

Programas voltados para o **bem-estar social** incluem serviços de assistência social para famílias em situação de vulnerabilidade, com distribuição de benefícios como o **Bolsa Família** e a oferta de serviços de acolhimento para crianças e idosos.

4. Infraestrutura e Acesso aos Serviços Básicos:

Embora o município tenha avançado em diversas áreas, a **infraestrutura** ainda é um desafio, especialmente nas zonas rurais e comunidades isoladas. A **qualidade da mobilidade urbana**, acesso a **energia elétrica**, **saneamento básico** e **abastecimento de água potável** precisam de melhorias constantes para que a desigualdade social seja reduzida. O governo municipal tem buscado parcerias com o governo estadual e federal para ampliar os investimentos em infraestrutura e serviços básicos, garantindo que as áreas mais carentes também tenham acesso a esses direitos fundamentais.

5. Geração de Renda e Desenvolvimento Econômico:

A redução das desigualdades também passa pela **inclusão econômica**. Monte Alegre tem investido em projetos voltados à **geração de empregos e renda**, como o incentivo à **agricultura sustentável**, ao **turismo ecológico** e ao fortalecimento da **bioeconomia**, com a valorização de produtos locais, como o açaí, a castanha e o cacau. Além disso, a **capacitação de jovens e mulheres** para o empreendedorismo e a melhoria da qualidade de vida nas comunidades rurais também são estratégias importantes de inclusão econômica.

6. Proteção de Direitos e Justiça Social:

A **proteção dos direitos humanos** e a **justiça social** também têm sido prioridades nas políticas de governança. O município tem procurado garantir a **inclusão de grupos marginalizados**, como **povos indígenas, quilombolas**, e comunidades ribeirinhas, em processos decisórios e na implementação de políticas públicas. O fortalecimento das **políticas de igualdade racial, de gênero e de direitos das crianças e adolescentes** também contribui para um ambiente de maior equidade.

7. Parcerias e Projetos Sustentáveis:

Monte Alegre tem se aliado a outras cidades e ao governo estadual para promover ações de **desenvolvimento sustentável** que possam gerar resultados positivos para toda a região do Baixo Amazonas. O **Plano de Bioeconomia** e o fortalecimento de cadeias produtivas sustentáveis são exemplos de iniciativas que buscam gerar **desenvolvimento econômico e social de forma inclusiva** e respeitosa com o meio ambiente.

Desafios:

- **Desigualdade no acesso a serviços** em áreas remotas e comunidades mais afastadas.
- **Falta de infraestrutura básica** em algumas regiões, como saneamento, transporte e saúde.
- **Desemprego** e dificuldades econômicas, especialmente entre as camadas mais vulneráveis da população.
- **Desmatamento e degradação ambiental**, que afetam diretamente as comunidades locais e suas condições de vida.

A governança em Monte Alegre tem procurado promover uma gestão mais **inclusiva e participativa**, focada na **redução das desigualdades sociais** e no **desenvolvimento sustentável**. As políticas públicas voltadas à educação, saúde, infraestrutura e geração de renda são essenciais para garantir maior equidade e qualidade de vida para a população local, especialmente nas comunidades mais vulneráveis. Contudo, desafios como a desigualdade no acesso a serviços, a infraestrutura deficiente e a preservação ambiental exigem esforços contínuos e parcerias estratégicas para que o município se desenvolva de maneira justa e sustentável.

- Infraestrutura :

A infraestrutura de Monte Alegre, município localizado no estado do Pará, é um tema crucial para o seu desenvolvimento, especialmente considerando as particularidades geográficas da região amazônica, que apresenta desafios devido à distância, à localização isolada e às características ambientais. A seguir, são destacados os principais aspectos da infraestrutura do município:

1. Transporte e Mobilidade:

Acesso Rodoviário:

- A principal via de acesso a Monte Alegre é a **Rodovia PA-255**, que liga o município a outras cidades da região, como Santarém. Essa estrada é vital para o transporte de mercadorias e de pessoas.

- No entanto, a qualidade da infraestrutura rodoviária tem sido um desafio, principalmente em períodos de chuvas, quando as estradas podem ficar danificadas. A manutenção dessas rodovias e a pavimentação de novos trechos são essenciais para melhorar o transporte de bens e serviços.

Transporte Fluvial:

- O **rio Amazonas** e outros rios da região são vias de transporte importantes para as populações ribeirinhas e para o comércio, conectando Monte Alegre a outras localidades da Amazônia. O transporte fluvial é frequentemente utilizado para a distribuição de produtos locais, como alimentos e madeira.
- No entanto, o transporte fluvial pode ser afetado pelas variações nos níveis de água e pela falta de infraestrutura adequada nos portos e embarcações.

Transporte Urbano:

- Dentro da cidade, a infraestrutura de transporte público é limitada. Muitos habitantes dependem de **transporte individual** ou serviços informais de transporte coletivo.

2. Saneamento Básico:

O acesso ao **saneamento básico** é uma questão desafiadora para Monte Alegre. Muitas áreas, especialmente as mais periféricas e rurais, enfrentam dificuldades para acessar serviços adequados de água tratada e esgoto.

- **Abastecimento de água:** A **COSANPA** e outras empresas locais fornecem água potável, mas a cobertura e a qualidade do abastecimento podem ser insuficientes em algumas áreas, especialmente em regiões distantes do centro urbano.
- **Coleta de esgoto e resíduos sólidos:** O sistema de esgoto sanitário e de coleta de lixo ainda não cobre todas as áreas do município. A **gestão de resíduos sólidos** precisa de melhorias, com um foco maior na coleta regular, no tratamento de resíduos e na destinação adequada dos mesmos.

3. Energia Elétrica:

O fornecimento de **energia elétrica** é uma infraestrutura básica em Monte Alegre, mas o município ainda enfrenta desafios relativos à **distribuição** e à **qualidade do serviço**, com interrupções ocasionais e áreas rurais com menor acesso.

- Em algumas comunidades mais afastadas, a **energia solar** tem se mostrado uma alternativa viável, sendo implantada por meio de programas estaduais e federais de incentivo ao uso de energias renováveis.

4. Educação e Saúde:

Educação:

- Monte Alegre possui escolas municipais e estaduais, que atendem à população, mas a infraestrutura educacional precisa de mais investimentos em **infraestrutura física** (como construção e reforma de escolas) e **qualificação de professores**.
- A cidade também busca expandir a oferta de cursos de **capacitação profissional**, especialmente voltados para as áreas de turismo, agricultura sustentável e bioeconomia.

Saúde:

- O município conta com **unidades de saúde básica**, mas a oferta de serviços especializados e de alta complexidade ainda é limitada. A **unidade hospitalar principal** de Monte Alegre tem um papel fundamental, mas a infraestrutura hospitalar precisa ser ampliada e melhorada para atender à crescente demanda de serviços de saúde.
- Além disso, as equipes de **saúde da família** desempenham um papel importante na área rural, levando cuidados médicos às comunidades mais distantes.

5. Comunicação e Tecnologia:

O acesso à **internet** e às **comunicações** em Monte Alegre tem melhorado nos últimos anos, mas ainda existem desafios, principalmente em áreas rurais e isoladas, onde a cobertura de sinal pode ser precária. A **expansão da conectividade** é essencial para o desenvolvimento econômico e social, especialmente para a inclusão digital e para o acesso a serviços públicos online.

6. Comércio e Logística:

Monte Alegre, por ser um município localizado em uma região com grande potencial natural e produtivo, tem visto crescimento em setores como **agricultura** (com a produção de açaí, castanha e cacau) e **turismo ecológico**.

- A infraestrutura de **comércio** na cidade tem se expandido, mas ainda há necessidade de melhorias no setor **logístico**, principalmente no que diz respeito ao armazenamento e à distribuição de produtos para outras regiões do Pará e além.
- A **logística fluvial** é um elemento essencial para escoamento de produtos locais e tem um impacto direto na economia da região.

7. Desenvolvimento Sustentável:

Monte Alegre tem se voltado para a criação de uma infraestrutura mais **sustentável**, com destaque para projetos voltados à **arborização urbana** e à promoção de um turismo ecológico que valorize a preservação ambiental, como é o caso do **Parque Estadual de Monte Alegre**. O **planejamento urbano sustentável** é um aspecto a ser mais explorado, com foco na redução do impacto ambiental das construções e no uso de tecnologias limpas.

Desafios e Oportunidades:

- **Desafios:** A infraestrutura de Monte Alegre, embora em desenvolvimento, ainda enfrenta dificuldades, especialmente em relação a transporte, saneamento, saúde e educação. A falta de investimentos em infraestrutura básica e a necessidade de melhorar a logística interna e externa são questões que exigem atenção.
- **Oportunidades:** Existe um potencial de desenvolvimento significativo, com o **fortalecimento da infraestrutura de transporte fluvial** e o incentivo ao uso de **energias renováveis**. A expansão da **internet** e da **tecnologia da informação** pode trazer benefícios para o comércio local, educação e saúde, além de permitir a implementação de novos modelos de **governança digital**.

A infraestrutura de Monte Alegre está em processo de evolução, com algumas áreas já avançando, como o incentivo ao **turismo sustentável** e a **bioeconomia**. No entanto, ainda há uma grande necessidade de investimentos em **transporte, saneamento básico, saúde e educação** para que o município possa se desenvolver de forma mais eficiente e atender às necessidades de sua população, especialmente as áreas mais isoladas. A melhoria da infraestrutura é essencial para reduzir as desigualdades e promover um crescimento sustentável na região.

-Produtividade e respeito ao meio ambiente :

Monte Alegre, no estado do Pará, é um município que busca equilibrar **produtividade econômica** com o **respeito ao meio ambiente**, o que é particularmente desafiador devido à sua localização na região amazônica, onde a biodiversidade e os ecossistemas naturais são fundamentais tanto para o bem-estar local quanto para o equilíbrio ambiental global.

A seguir, detalho como o município tem trabalhado para promover a **produtividade sustentável e conservar o meio ambiente**:

1. Agricultura Sustentável e Bioeconomia:

Monte Alegre tem investido em **agricultura sustentável** e em cadeias produtivas que não impactem negativamente a biodiversidade local. A região tem potencial para o cultivo de produtos como **açai, castanha-do-pará, cacau, guaraná e frutas tropicais**, todos com grande valor econômico e que podem ser explorados de maneira sustentável.

- **Açai e Castanha:** A produção de açai e castanha-do-pará é tradicional e tem um grande impacto econômico na região, gerando emprego e renda. A coleta dessas commodities é feita, na maioria das vezes, por comunidades ribeirinhas e indígenas, o que representa uma **forma de uso sustentável dos recursos naturais**. O cuidado com a **preservação das florestas** para garantir a continuidade dessa produção é um aspecto essencial.
- **Cacau:** Monte Alegre também tem potencial para o cultivo de cacau, com o foco em **agricultura agroecológica**, que respeita as práticas ambientais e evita o uso excessivo de agrotóxicos. A produção sustentável de cacau pode ser um motor econômico importante, com acesso aos mercados de chocolates finos e orgânicos.

2. Pesca Sustentável:

Com o **rio Amazonas** e outros corpos d'água próximos, a pesca é uma atividade importante para a economia local. A **pesca sustentável** é incentivada, com práticas que não danifiquem os ecossistemas aquáticos e que respeitem os períodos de reprodução das espécies.

- **Pesca artesanal e manejo sustentável** são fundamentais para garantir que os recursos pesqueiros se mantenham disponíveis para as gerações futuras, promovendo também o **turismo pesqueiro** de forma ecológica.

3. Turismo Sustentável:

O município de Monte Alegre tem um grande potencial para o **turismo ecológico** devido às suas belezas naturais, como o **Parque Estadual Monte Alegre**, conhecido pelas suas pinturas rupestres e cavernas, além de sua fauna e flora exuberantes.

- **Turismo de base comunitária** tem sido incentivado, com o envolvimento de comunidades locais, especialmente as comunidades ribeirinhas e indígenas. O foco está no **respeito ao meio ambiente**, promovendo atividades que não impactem negativamente a natureza, como **trilhas ecológicas**, **observação de fauna** e **turismo cultural**.

4. Iniciativas de Conservação Ambiental:

A preservação do **meio ambiente** é uma prioridade para Monte Alegre, com várias iniciativas voltadas para a **proteção das florestas** e **uso sustentável dos recursos naturais**:

- **Parque Estadual Monte Alegre:** Criado para proteger as cavernas e as pinturas rupestres, este parque é uma área de conservação ambiental de grande importância. Além de preservar o patrimônio cultural, o parque também é essencial para a **conservação da biodiversidade** local e o **monitoramento de práticas de turismo sustentável**.
- **Manejo Florestal Sustentável:** Em algumas áreas, especialmente aquelas próximas a territórios indígenas e de comunidades tradicionais, são realizadas práticas de **manejo florestal sustentável**, garantindo a exploração de produtos madeireiros e não madeireiros sem comprometer a regeneração das florestas.
- **Programas de reflorestamento:** A cidade tem iniciativas de reflorestamento e de **reconstrução de áreas degradadas**, com o objetivo de recuperar a vegetação nativa e garantir a **biodiversidade** das áreas afetadas pelo desmatamento.

5. Energias Renováveis:

Dada a localização remota e os desafios de acesso à energia elétrica, a **energia renovável** tem se tornado uma alternativa importante em Monte Alegre:

- **Energia solar** tem sido incentivada, especialmente em comunidades rurais, como uma forma de **reduzir a dependência de fontes de energia não renováveis** e melhorar a qualidade de vida das famílias.

- **Programas de energias limpas** são uma prioridade para reduzir o impacto ambiental da produção de energia e promover a **autossuficiência energética** nas zonas mais isoladas.

6. Educação Ambiental e Conscientização:

A **educação ambiental** é um dos pilares da estratégia de desenvolvimento sustentável de Monte Alegre. As escolas locais e as organizações comunitárias promovem **cursos e workshops** para ensinar a população sobre a importância da **preservação ambiental** e da **produção sustentável**.

- Programas de **sensibilização ambiental** para a população local, principalmente as gerações mais jovens, têm como objetivo reforçar o **compromisso com a conservação** dos recursos naturais da região.

7. Desafios para a Sustentabilidade:

Apesar dos esforços, Monte Alegre enfrenta alguns **desafios ambientais**:

- **Desmatamento ilegal**: Embora existam esforços para promover o manejo florestal sustentável, o **desmatamento ilegal** ainda é um problema, especialmente em áreas de expansão agrícola e exploração de recursos naturais.
- **Pressão sobre os recursos naturais**: O crescimento da população e o aumento das atividades econômicas podem colocar pressão sobre os ecossistemas locais, exigindo uma gestão ambiental mais eficaz.
- **Aquecimento global**: Como parte da Amazônia, Monte Alegre também está sujeito aos impactos do **aquecimento global** e da **mudança climática**, o que exige estratégias de adaptação e mitigação.

Monte Alegre tem feito progressos significativos para promover a **produtividade sustentável** e o **respeito ao meio ambiente**. A implementação de práticas agrícolas sustentáveis, o incentivo ao turismo ecológico, a proteção dos recursos naturais e o uso de energias renováveis são elementos-chave para equilibrar o desenvolvimento econômico com a conservação ambiental.

No entanto, a **gestão eficaz** dos recursos naturais e o combate ao desmatamento ilegal são desafios contínuos que exigem **colaboração entre o governo, as comunidades locais e organizações ambientais** para garantir um futuro mais sustentável para o município e para a região Amazônica como um todo.

- Turismo e Modernização :

Monte Alegre, no estado do Pará, é um município rico em belezas naturais, cultura e história. A modernização do turismo na região pode impulsionar a economia local, gerar empregos e preservar o patrimônio natural e cultural.

Turismo em Monte Alegre

Monte Alegre se destaca pelo Parque Estadual Monte Alegre (PEMA), onde estão localizadas as famosas pinturas rupestres datadas de mais de 11 mil anos, sendo um dos sítios arqueológicos mais importantes da

Amazônia. Além disso, o município oferece atrações como praias de rio, trilhas ecológicas e festividades culturais, como o Círio de São Francisco de Assis.

Modernização do Turismo

Para atrair mais visitantes, algumas estratégias podem ser implementadas, como:

- **Infraestrutura:** Melhoria de acessos, transporte e hospedagem.
- **Tecnologia:** Criação de plataformas digitais para divulgação e reservas turísticas.
- **Sustentabilidade:** Projetos de ecoturismo e turismo de base comunitária.
- **Capacitação:** Treinamento da população para receber turistas e guias turísticos qualificados.

- DESAFIOS DA COMUNICAÇÃO:

A comunicação tem o desafio permanente de traduzir para o conjunto da sociedade as realizações do Município de Monte Alegre. Essa responsabilidade atende ao princípio da transparência, que se desdobra em ações de prestação de contas sobre o correto emprego dos recursos oriundos da arrecadação de impostos pelos municípios.

Uma obra, programa ou política pública é a realização física de uma ideia, que tem sempre a sua origem em uma necessidade objetiva da população e encontra no orçamento municipal os meios para se realizar. Dar ao conhecimento do público as ações do Governo Executivo Municipal, significa identificar, dentro de uma ordem de prioridades, os desafios e as soluções a eles propostos, levando-se em conta a complexidade da sociedade, seus variados interesses e os canais disponíveis para alcançá-la.

Do conjunto das ações de comunicação deve emergir, em consequência, uma imagem que reflita, de maneira clara, a linha de trabalho do Governo Executivo Municipal, o raciocínio que a move a partir das demandas da população e os benefícios que dela resultam para os municípios.

Para isso é necessário ter o entendimento sobre a natureza de cada ação, de maneira a diferenciar as que possuem caráter imediato, as que necessitam de mais tempo para maturação e, ainda, aquelas que terão impacto para além de uma geração. É a partir da identificação da substância de uma ação municipal que se poderá valorar o peso e a importância que ocupa no conjunto multifacetado do processo de comunicação pública. É isso que indica a necessidade de frequência e intensidade no trato de cada tema.

Assim, o trabalho de comunicação social deve levar em consideração as qualidades inerentes a um diálogo coletivo permanente, que exige sensibilidade para os assuntos que, ao final, refletirão a imagem do Governo Municipal. Os fundamentos para tal trabalho estão a seguir descritos.

A medida correta para a abordagem de temas deve ser sempre a da escala humana. As pessoas em geral estão expostas, no seu cotidiano, a um conjunto de informações no qual os números ocupam espaço relevante. Daí porque é necessário trazer tais números para o contexto da cidadania, de forma que eles possam ser compreendidos a partir da importância que possuem na vida das pessoas que por eles são impactadas. Ou seja, a comunicação precisa levar em conta o benefício que as ações do Município, para além da magnitude que possuam, trazem, de forma compreensível, para cada município na sua escala de vida.

A assertividade da comunicação será tanto mais beneficiada, no plano da identificação que se deseja provocar, quanto mais levar em conta esse cenário real, sempre que possível, refletir essa característica do caráter dos municípios para estimular o necessário reconhecimento por parte da população.

Soluções Possíveis

- **Ampliação da infraestrutura de internet e telefonia móvel** para cobrir mais áreas do município.
- **Criação de canais oficiais de comunicação** da prefeitura e órgãos públicos para informar a população.
- **Capacitação digital da população** para incentivar o uso de novas tecnologias.
- **Promoção do turismo digital** por meio de redes sociais, sites e aplicativos.

A melhoria da comunicação em Monte Alegre pode trazer impactos positivos na economia, na qualidade de vida da população e no desenvolvimento.

OBJETO DO TRABALHO :

A publicidade em Monte Alegre, no estado do Pará, tem como principal objetivo promover o desenvolvimento econômico, cultural e turístico do município. O trabalho dos publicitários pode abranger diversas áreas, como o fortalecimento do comércio local, a valorização do turismo, a divulgação de eventos culturais e a comunicação institucional da administração pública.

Criar e planejar campanha publicitária de amplo alcance para posicionamento do Governo Executivo de Monte Alegre – contemplando também ações internas das suas Secretarias agregadas e Fundos Municipais (Fundo Municipal Saúde; Fundo Municipal de Educação; Fundo Municipal Meio Ambiente e Fundo Municipal de Assistência Social).

A sustentabilidade (ESG) e seus desdobramentos na vida dos munícipes, devendo ser abordadas as seguintes áreas:

Principais Áreas de Atuação da Publicidade em Monte Alegre:

1. **Turismo e Cultura**
 - Promoção do **Parque Estadual de Monte Alegre (PEMA)** e seus sítios arqueológicos, atraindo visitantes nacionais e internacionais.
 - Divulgação das festas tradicionais, como a **Festividades de São Francisco de Assis**, que movimenta a economia local.
 - Campanhas para incentivar o turismo sustentável e de base comunitária.
2. **Comércio e Empreendedorismo**
 - Estratégias de marketing digital para pequenos negócios e feiras locais.
 - Criação de campanhas publicitárias para valorizar produtos regionais, como artesanato e gastronomia.
 - Uso das redes sociais para fortalecer a visibilidade dos empreendedores locais.
3. **Publicidade Institucional**
 - Divulgação de ações da prefeitura e serviços públicos essenciais.
 - Campanhas educativas sobre saúde, meio ambiente e cidadania.
 - Comunicação digital para facilitar o acesso da população a informações oficiais.
4. **Meios de Comunicação e Tecnologia**
 - Expansão do uso da internet e redes sociais como ferramentas de divulgação.
 - Uso de rádio, TV local e outdoor para campanhas de impacto social.

- Criação de conteúdo digital para engajar a população e atrair investidores.

Desafios e Oportunidades

Apesar das dificuldades de infraestrutura e acesso à internet em algumas regiões, Monte Alegre tem um grande potencial para o crescimento da publicidade. Com estratégias inovadoras e o uso das novas mídias, é possível fortalecer a imagem do município e gerar novas oportunidades para a população.

- METAS E MEIOS:

A campanha geral, bem como as ações internas de endomarketing, todas de caráter institucional, devem contemplar as metas e os meios de comunicação mais adequados para alcançá-las, a partir de uma métrica que leve em conta as diferentes e complementares possibilidades de mercado, custos referentes e o retorno que cada uma proporciona. Os pressupostos, já enunciados no “Objeto de Trabalho”, incluem as metas a seguir.

Consolidar junto à sociedade a percepção sobre os benefícios trazidos pelas ações do Governo Municipal à população sob a forma de investimentos, serviços e obras.

Materializar a dimensão humana do trabalho desenvolvido pelo Município em todos os seus aspectos, áreas de atuação e regiões.

Robustecer nacionalmente a posição dos municípios, comparativamente às demais unidades federativas nos planos social e econômico.

Promover a integridade da imagem do Município junto aos diversos públicos alcançados.

Metas da Publicidade em Monte Alegre

1. Fortalecer o Turismo Local

- Divulgar o **Parque Estadual de Monte Alegre (PEMA)** e seus sítios arqueológicos.
- Promover as praias de rio, trilhas ecológicas e eventos culturais.
- Criar uma identidade visual forte para o turismo do município.

2. Apoiar o Comércio e os Pequenos Negócios

- Incentivar o uso das redes sociais e plataformas digitais para vendas.
- Criar campanhas para valorizar o comércio local e produtos artesanais.
- Implementar estratégias de fidelização e promoções.

3. Melhorar a Comunicação Institucional

- Ampliar a transparência e o acesso à informação da gestão pública.
- Criar canais oficiais de comunicação da prefeitura.
- Realizar campanhas educativas sobre saúde, meio ambiente e cidadania.

4. Expandir a Cultura Digital no Município

- Capacitar a população para o uso das novas mídias.
- Incentivar a produção de conteúdo digital voltado para Monte Alegre.
- Aumentar a presença do município nas redes sociais e sites turísticos.

Meios de Publicidade Mais Eficientes em Monte Alegre

1. Redes Sociais e Marketing Digital

- Facebook, Instagram e WhatsApp são ferramentas de grande alcance na região.

- Produção de vídeos promocionais sobre os atrativos locais.
- Uso de influenciadores regionais para promover o turismo e o comércio.
- 2. **Rádio e TV Local**
 - Anúncios e programas informativos sobre eventos e campanhas públicas.
 - Parcerias com rádios comunitárias para alcançar áreas com acesso limitado à internet.
- 3. **Sites e Blogs Locais**
 - Criação de um portal turístico com informações sobre Monte Alegre.
 - Manutenção de blogs sobre cultura, turismo e economia local.
- 4. **Eventos e Feiras**
 - Participação em feiras regionais para promover o turismo e o comércio.
 - Realização de eventos temáticos para atrair visitantes.

A publicidade em Monte Alegre pode ser modernizada com o uso das novas tecnologias e estratégias eficientes para impulsionar a economia local. A combinação de meios digitais e tradicionais pode garantir um maior alcance e engajamento da população e dos turistas.

OBJETIVO GERAL DE COMUNICAÇÃO:

O objetivo geral deve ser sempre o de manter vivo o diálogo entre Município e sociedade. Dessa forma, cabe prestar contas do trabalho desenvolvido e de seus efeitos sobre o cotidiano dos munícipes, uma vez que o objetivo da gestão municipal é o de reduzir desigualdades sociais e econômicas, estimular o crescimento pessoal e coletivo, criar, enfim, oportunidades para a melhoria da qualidade de vida das pessoas.

Nesse processo de permanente prestação de contas, em atenção ao princípio da transparência, são objetivos específicos da comunicação da gestão municipal conferir visibilidade ao trabalho dos servidores em todas as ações em favor da população e reforçar a mensagem de que as melhorias coletivas, sejam elas localizadas, sejam regionais ou mesmo de caráter municipal e têm origem nas ações do Município.

Objetivo Geral da Comunicação no Município de Monte Alegre – Estado do Pará

O objetivo geral da comunicação em Monte Alegre é **promover uma comunicação eficiente, acessível e integrada** entre a gestão pública, a população, o setor comercial e o turismo, garantindo o acesso à informação, fortalecendo a identidade cultural e impulsionando o desenvolvimento socioeconômico do município.

Principais Diretrizes para Alcançar Esse Objetivo

1. **Facilitar o acesso à informação pública**, garantindo transparência e participação cidadã.
2. **Fortalecer a comunicação digital e tradicional**, promovendo o uso de redes sociais, rádio e mídias locais.
3. **Divulgar o turismo e a cultura do município**, valorizando seus atrativos naturais e históricos.
4. **Apoiar o comércio local**, incentivando estratégias publicitárias para pequenos empreendedores.
5. **Expandir a inclusão digital e a educação midiática**, capacitando a população para o uso eficiente das tecnologias de comunicação.

INVESTIMENTO E VEICULAÇÃO :

O valor previsto para a produção e veiculação da campanha proposta é referencialmente de R\$ 900.000,00 (novecentos mil reais), devendo ser apresentado planejamento orçamentário.

Investimento e Veiculação de Publicidade em Monte Alegre – Estado do Pará

O investimento em publicidade no município de Monte Alegre, no estado do Pará, é essencial para fortalecer a economia local, promover o turismo e melhorar a comunicação institucional. Para que a publicidade seja eficiente, é necessário planejar a alocação de recursos e escolher os meios de veiculação adequados ao público-alvo.

1. Investimento em Publicidade

O investimento em publicidade pode vir de diferentes fontes, incluindo:

- **Setor público:** Recursos da prefeitura para campanhas institucionais, informativas e promocionais.
- **Parcerias e patrocínios:** Colaborações entre empresas, governo e organizações para eventos e projetos publicitários.

Áreas Prioritárias para Investimento

1. **Turismo** – Promoção do Parque Estadual Monte Alegre, festividades e atrações culturais.
2. **Comércio local** – Campanhas para incentivar o consumo de produtos e serviços locais.
3. **Comunicação institucional** – Transparência e informação acessível para a população.
4. **Inclusão digital** – Expansão do acesso à internet e capacitação da população para o uso de novas mídias.

CANAIS DE COMUNICAÇÃO :

1. Veiculação da Publicidade

A escolha dos meios de veiculação deve considerar o alcance e a acessibilidade da população.

Meios Tradicionais

- **Rádio comunitária e regional** – Alcance alto, especialmente em áreas rurais.
- **TV local** – Divulgação de campanhas institucionais e promocionais.
- **Outdoor, cartazes e panfletos** – Eficiente para eventos e campanhas de impacto visual.
- **Carro de som** – Comum em campanhas sazonais e emergenciais.

Meios Digitais

- **Redes sociais (Facebook, Instagram, WhatsApp e YouTube)** – Custo acessível e grande engajamento.
- **Sites institucionais e blogs locais** – Para informações detalhadas sobre o município e serviços.

- **Google Ads e Facebook Ads** – Para ampliar o alcance da publicidade paga.

O sucesso da publicidade em Monte Alegre depende de um equilíbrio entre investimento estratégico e uso adequado dos canais de veiculação. A modernização da comunicação, com foco no digital, pode trazer mais visibilidade ao município, impulsionar o turismo e fortalecer o comércio local.

CONCORRÊNCIA PÚBLICA PRESENCIAL N° 001/2025

ANEXO II

MODELO DE PROCURAÇÃO/CRENCIAMENTO

A **empresa (razão social da licitante)**, com sede na Rua (endereço completo da licitante), na cidade de (nome da cidade), Estado de (nome do Estado), inscrita no CNPJ sob o n° (n° do CNPJ) neste ato representada pelo (a) Sr.(ª). (nome do representante legal da licitante), portador do RG n° (n° do RG do representante legal da licitante) e do CPF n° (n° do CPF do representante legal da licitante) nos termos de seu Estatuto Social, pela presente **CRENCIA O(A) Sr.(ª). (nome do representante credenciado pela licitante)**, portador do RG n° (n° do RG do representante credenciado pela licitante) e do CPF n° (n° do CPF do representante credenciado pela licitante) para representá-la na presente licitação, promovida pela Secretaria de Administração, **OUTORGANDO-LHE** plenos poderes para prestar esclarecimento, concordar, desistir, tomar deliberações, interpor recursos, renunciar ao direito de interpor recurso, renunciar ao recurso, negociar novas condições, assinar termos de compromisso, transigir, firmar recibos, assinar atas e outros documentos, acompanhar todo o processo licitatório até o seu final, tomar ciência das deliberações da Comissão Especial de Licitação, podendo para tanto, praticar todos os atos necessários à plena participação de nossa empresa na presente licitação e tudo o mais que se faça necessário para o bom e fiel cumprimento deste mandato.

Local e data.

Empresa

Assinatura do representante legal

Nome e função da pessoa que assina

Obs.: Esta declaração deverá ser impressa em papel timbrado da empresa proponente e assinada pelos representantes legais. Sua assinatura deverá estar devidamente reconhecida em cartório e deverá juntar a comprovação dos poderes de representação do signatário. Será aceita escritura pública, desde que com mesmo conteúdo. Também serão aceitas procurações particulares firmadas eletronicamente, consoante dispõe o subitem 31.3 deste edital.

CONCORRÊNCIA PÚBLICA PRESENCIAL N° 001/2025

ANEXO III

MODELO DE DECLARAÇÃO

A **empresa (razão social da licitante)**, com sede na Rua (endereço completo da licitante), na cidade de (nome da cidade), Estado de (nome do Estado), inscrita no CNPJ sob o n° (n° do CNPJ) neste ato representada pelo(a) Sr.(ª). (nome do representante legal da licitante), portador do (n° do RG do representante legal da licitante) e (n° do CPF do representante legal da licitante), **DECLARA**, sob as penas da lei, que reúne as condições de habilitação exigida no edital de Concorrência Pública n° 001/2025 da Secretaria de Administração, que tem por objetivo a contratação de agências de propaganda para a prestação de serviços de publicidade, para atender a Administração Direta e Indireta do Poder Executivo Estadual, incluídas as Autarquias, Fundações, Empresas Públicas, Sociedades de Economia Mista e demais entidades vinculadas .

Local e data.

Empresa

Assinatura do representante legal

Nome função da pessoa que assina

Obs: Esta declaração deverá ser impressa em papel timbrado da empresa proponente e assinada pelo representante legal.

CONCORRÊNCIA PÚBLICA PRESENCIAL N° 001/2025

ANEXO IV-A

PROPOSTA DE PREÇOS SUJEITOS A VALORAÇÃO

A empresa (**razão social da licitante**), com sede na Rua (endereço completo da licitante), na cidade de (nome da cidade), Estado de (nome do Estado), inscrita no CNPJ sob o nº (n° do CNPJ) neste ato representada pelo(a) Sr(a). (nome do representante legal da licitante), portador do RG no (no do RG do representante legal da licitante) e do CPF no (no do CPF do representante legal da licitante), apresenta a seguinte **PROPOSTA DE PREÇOS** para os serviços descritos no Edital da Concorrência Pública nº _____/2025, da Secretaria da _____:

- a) desconto, a ser concedido à PMMA, sobre os custos internos dos serviços executados por esta licitante, baseados na tabela referencial de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Pará: % (___ por cento);
- b) honorários, a serem cobrados da PMMA, incidentes sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes à execução do contrato: % (___ por cento);
- c) honorários, a serem cobrados da PMMA, incidentes sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias: % (___ por cento);
- d) honorários, a serem cobrados da PMMA, incidentes sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material cuja distribuição não proporcione a esta licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965: % (___ por cento).

Não faremos 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 nos proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação.

Não faremos jus a nenhuma remuneração ou desconto de agência quando da utilização, pelo contratante, de créditos que a este tenham sido eventualmente concedidos por veículos de divulgação, em qualquer ação publicitária pertinente a eventual contrato.

Local e data.

Empresa

Assinatura do representante legal

Nome e função da pessoa que assina **Obs. 1: Esta declaração deverá ser impressa em papel timbrado da empresa proponente e assinada pelo representante legal. Obs. 2: Esta Declaração deverá ser apresentada juntamente com as Declarações dos Anexos IV -B e IV C.**

CONCORRÊNCIA PÚBLICA PRESENCIAL N° 001/2025

ANEXO IV-B

DECLARAÇÃO DE ELABORAÇÃO INDEPENDENTE DE PROPOSTA

A empresa (razão social da licitante), com sede na Rua (endereço completo da licitante), na cidade de (nome da cidade), Estado de (nome do Estado), inscrita no CNPJ sob o no (n° do CNPJ) neste ato representada pelo(a) Sr^(a). (nome do representante legal da licitante), portador do RG no (no do RG do representante legal da licitante) e do CPF no (no do CPF do representante legal da licitante), para fins do disposto no item 13.3 do Edital da Concorrência Pública nº ____/2025 da Secretaria _____, DECLARA, sob as penas da lei, em especial o art. 299 do Código Penal Brasileiro, que:

- a) a proposta apresentada para participar dessa Concorrência foi elaborada de maneira independente (pela licitante), e o conteúdo da proposta não foi, no todo ou em parte, direta ou indiretamente, informado, discutido ou recebido de qualquer outro participante potencial ou de fato dessa Concorrência, por qualquer meio ou por qualquer pessoa;
- b) a intenção de apresentar a proposta elaborada para participar dessa Concorrência não foi informada, discutida ou recebida de qualquer outro participante potencial ou de fato dessa Concorrência, por qualquer meio ou por qualquer pessoa;
- c) não tentou, por qualquer meio ou por qualquer pessoa, influir na decisão de qualquer outro participante potencial ou de fato dessa Concorrência quanto a participar ou não da referida licitação;
- d) o conteúdo da proposta apresentada para participar dessa Concorrência não será, no todo ou em parte, direta ou indiretamente, comunicado ou discutido com qualquer outro participante potencial ou de fato dessa Concorrência antes da adjudicação do objeto da referida licitação;
- e) o conteúdo da proposta apresentada para participar dessa Concorrência não foi, no todo ou em parte, direta ou indiretamente, informado, discutido ou recebido de qualquer integrante do/a (órgão/entidade responsável pela licitação) antes da abertura oficial das propostas; e
- f) está plenamente ciente do teor e da extensão desta declaração e que detém plenos poderes e informações para firmá-la.

Local e data.

Empresa

Assinatura do representante legal

Nome, função, RG e CPF da pessoa que assina

Obs. 1: Esta declaração deverá ser impressa em papel timbrado da empresa proponente e assinada pelo representante legal. Obs. 2: Esta Declaração deverá ser apresentada juntamente com a Proposta de Preços do Anexo IV-A.

CONCORRÊNCIA PÚBLICA PRESENCIAL N° 001/2025/PMMA

ANEXO IV-C

DECLARAÇÃO DE COMPROMISSO

A empresa (**razão social da licitante**), com sede na Rua (endereço completo da licitante), na cidade de (nome da cidade), Estado de (nome do Estado), inscrita no CNPJ sob o nº (nº do CNPJ) neste ato representada pelo(a) Sr(a) (nome do representante legal da licitante), portador do RG no (nº do RG do representante legal da licitante) e do CPF nº (nº do CPF do representante legal da licitante), para fins do disposto no item 13.4 do Edital da Concorrência Pública nº ____/2025 da Secretaria de _____, **DECLARA**, sob as penas da lei que:

- a) compromete-se a envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores de serviços especializados e veículos, quando for o caso, transferindo à PMMA as vantagens obtidas;
- b) que os tributos e a totalidade dos encargos fiscais, trabalhistas, previdenciários incidentes sobre o contrato, serão de sua inteira responsabilidade, sendo também de sua inteira responsabilidade, os custos com transporte e seguro, quando for o caso;
- c) também se responsabiliza pelos encargos comerciais decorrentes da execução contratual e que respeitará os prazos contratuais referentes ao repasse de valores lhes confiados pela Administração contratante e devidos aos terceiros prestadores de serviços especializados e aos veículos de comunicação;
- d) está ciente e de acordo com as disposições alusivas a direitos autorais estabelecidas na Cláusula Décima da Minuta de Contrato constante do Anexo VIII deste Edital;
- e) está ciente e de acordo com o disposto na Cláusula Décima Quinta da Minuta de Contrato constante do VIII deste Edital, que trata das sanções administrativas pelo descumprimento das obrigações assumidas.

Local e data.

Empresa
Assinatura do representante legal
Nome e função da pessoa que assina

Obs. 1: Esta declaração deverá ser impressa em papel timbrado da empresa proponente e assinada pelo representante legal.

Obs. 2: Esta Declaração deverá ser apresentada juntamente com a Proposta de Preços do Anexo IV-A.

CONCORRÊNCIA PÚBLICA PRESENCIAL Nº001/2025

ANEXO V

DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA

- 2201 SECRETARIA MUNICIPAL DE ADMIN.E FINANÇAS
- 04 122 0002 2.009 GESTÃO SECRETARIA MUNICIPAL DE ADMINISTRAÇÃO E FINANÇAS
- ELEMENTOS DE DESPESAS:
- 3.3.90.39.00 OUTROS SERVIÇOS DE TERC. PESSOA JURÍDICA
- 15000000 RECURSOS NÃO VINCULADOS DE IMPOSTOS

CONCORRÊNCIA PÚBLICA PRESENCIAL Nº 001/2025

ANEXO VI

MODELO DE DECLARAÇÃO QUE NÃO EMPREGA MENOR DE IDADE, SALVO NA CONDIÇÃO DE APRENDIZ – ART 7º, XXXIII, DA CF/88.

DECLARAÇÃO

A empresa (razão social da licitante), com sede na Rua (endereço completo da licitante), na cidade de (nome da cidade), Estado de (nome do Estado), inscrita no CNPJ sob o nº (no do CNPJ) neste ato representada pelo(a) Sr(a). (nome do representante legal da licitante), portador do RG no (no do RG do representante legal da licitante) e do CPF nº (nº do CPF do representante legal da licitante), **DECLARA**, para fins de participação na Concorrência Pública nº ____/2025 da Secretaria de Estado da _____, sob as penas da lei que, nos termos da Lei Federal nº 14.133/2021, que cumpre ao disposto no inciso XXXIII do Art. 7º da Constituição Federal, pois não emprega menor de dezoito anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre e que não emprega menor de dezesseis anos.

Ressalva: emprega menor, a partir de quatorze anos, na condição de aprendiz ()
(assinalar com “x” a ressalva acima, caso verdadeira).

Local e data.

Razão Social da Empresa

Nome do Responsável/Procurador

Obs: Esta declaração deverá ser impressa em papel timbrado da empresa proponente e assinada pelo representante legal.

CONCORRÊNCIA PÚBLICA PRESENCIAL Nº 001/2025

ANEXO VII

MODELO DA DECLARAÇÃO DE INEXISTÊNCIA DE FATOS SUPERVENIENTE

DECLARAÇÃO

A empresa (razão social da licitante), com sede na Rua (endereço completo da licitante), na cidade de (nome da cidade), Estado de (nome do Estado), inscrita no CNPJ sob o nº (nº do CNPJ) neste ato representada pelo(a) Sr(a). (nome do representante legal da licitante), portador do RG no (no do RG do representante legal da licitante) e do CPF nº (nº do CPF do representante legal da licitante), DECLARA, para fins de participação na Concorrência Pública nº ____/2025 da Secretaria de _____, sob as penas da lei que, que até a presente data inexistem fato(s) superveniente(s) impeditivo(s) para sua habilitação no presente processo licitatório, estando ciente da obrigatoriedade de declarar ocorrências posteriores.

Local e data.

Representante legal

Qualificação e assinatura

Obs: Esta declaração deverá ser impressa em papel timbrado da empresa proponente e assinada pelo representante legal.

CONCORRÊNCIA PÚBLICA PRESENCIAL N° 001/2025

ANEXO VIII

MINUTA DE CONTRATO

CONTRATO DE PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS
DE PUBLICIDADE QUE ENTRE SI CELEBRAM A
SECRETARIA DE E A
EMPRESA..... Contrato n°
...../2025

O Município de Monte Alegre, por intermédio da **SECRETARIA DE**, sediada, inscrita no CNPJ sob n°, doravante denominado **CONTRATANTE**, neste ato representada por, brasileiro, residente e domiciliado nesta cidade, inscrito no CPF sob n°, portador da Carteira de Identidade n°, e a **empresa**, com sede em, na, inscrita no CNPJ/MF sob n°, doravante denominada **CONTRATADA**, neste ato representada por, brasileiro, residente e domiciliado em, inscrito no CPF sob n°, portador da Carteira de Identidade n°, resolvem celebrar o presente contrato, para prestação de serviços de publicidade, objeto da Concorrência Pública n°/2025, autorizado pelo ato homologatório constante da folha n° do Protocolo n°, mediante os termos e condições a seguir estabelecidos.

CLÁUSULA PRIMEIRA - LEGISLAÇÃO E DOCUMENTOS VINCULADOS

1.1 O presente contrato reger-se-á pelas disposições da Lei Federal n° 12.232, de 29.04.10, e, de forma complementar, pelas Leis Federais n° 4.680, de 18.06.65 e n° 14.133/2021.

1.2 Independentemente de transcrição, passam a fazer parte deste contrato - e a ele se integram em todas as cláusulas, termos e condições aqui não expressamente alterados – o Edital da Concorrência Pública n°/2025 e seus anexos, bem como os documentos que tenham servido de base para o julgamento do certame supracitado.

CLÁUSULA SEGUNDA - OBJETO

2.1 Constitui objeto deste contrato a prestação de serviços de publicidade compreendendo o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o intuito de atender ao princípio da publicidade e ao direito à informação, de promover a venda de bens ou serviços, de difundir ideias, princípios, iniciativas ou instituições ou de informar o público em geral.

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

- a) ao planejamento, à execução de pesquisa e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento, sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas durante a execução dos contratos;
- b) à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, destinada a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias;
- c) à criação, planejamento, monitoramento e divulgação de peças publicitárias no ambiente digital, incluídas as ferramentas necessárias nesta área.
- d) à produção e à execução técnica das peças e/ou materiais criados pelas agências contratadas.

2.1.1.1 O planejamento, previstos no subitem 2.1.1, objetiva subsidiar a proposição estratégica das ações publicitárias, tanto nos meios e veículos de divulgação tradicionais (*off-line*) como digitais (*on-line*), para alcance dos objetivos de comunicação e superação dos desafios apresentados e devem prever, sempre que possível, os indicadores e métricas para aferição, análise e otimização de resultados.

2.1.1.1.1 As pesquisas e outros instrumentos de avaliação previstos no subitem 2.1.1 terão a finalidade de gerar conhecimento sobre o mercado ou o ambiente de atuação do CONTRATANTE, o público alvo e os veículos de divulgação nos quais serão difundidas as campanhas ou peças, aferir o desenvolvimento estratégico, a criação e a divulgação de mensagens; possibilitar a mensuração dos resultados das campanhas ou peças, vedada a inclusão de matéria estranha ou sem pertinência temática com a ação publicitária.

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

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

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

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

2.4 A CONTRATADA atuará de acordo com a solicitação do CONTRATANTE, indistintamente e independentemente de sua classificação no referido certame, e não terá, particularmente, exclusividade em relação a nenhum dos serviços previstos nesta Cláusula.

2.5 Os serviços serão executados de acordo com o procedimento de seleção interna entre as agências, conforme as necessidades .

2.6 Os serviços serão prestados com vistas à consecução de ações de publicidade de interesse dos órgãos e entidades da Administração Pública Direta e Indireta.

CLÁUSULA TERCEIRA - VIGÊNCIA

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

3.1.1 O CONTRATANTE poderá optar pela prorrogação desse prazo, mediante acordo entre as partes, nos Lei Federal nº 12.232/2010 e do art. 107 da Lei Federal nº 14.133/2021.

3.1.2 A prorrogação será instruída mediante avaliação de desempenho da CONTRATADA, a ser procedida pelo CONTRATANTE.

CLÁUSULA QUARTA - RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS

4.1 A soma das despesas a serem realizadas pela CONTRATADA e pelas outras contratadas ao abrigo da concorrência que deu origem a este ajuste, nos primeiros 12 (doze) meses, está estimada em R\$900.000,00 (novecentos mil reais).

4.2 Os recursos para a execução dos serviços durante o exercício de 2025 serão consignados nas dotações orçamentárias constantes em anexo a este instrumento.

4.3 Se o CONTRATANTE optar pela prorrogação deste contrato, consignará nos próximos exercícios em seu orçamento as dotações necessárias ao atendimento dos pagamentos previstos.

4.4 O CONTRATANTE se reserva o direito de, a seu juízo, utilizar ou não a totalidade dos recursos previstos.

CLAUSULA QUINTA - OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA

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

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

5.1.2 Centralizar o comando da publicidade do CONTRATANTE em, para esse fim, manterá sede, escritório. A seu juízo, a CONTRATADA poderá utilizar-se de sua matriz ou de seus representantes em outros Estados para serviços de criação e de produção ou outros complementares ou acessórios que venham a ser necessários, desde que garantidas às condições previamente acordadas.

5.1.2.1 A CONTRATADA deverá comprovar, no prazo máximo de (.....) dias, a contar da data da assinatura deste instrumento, que possui, em _____ estrutura de atendimento compatível com o volume e a característica dos serviços a serem prestados ao CONTRATANTE, representa pelos seguintes profissionais:

- a) três profissionais na área de atendimento, sendo dois de nível sênior e um de nível júnior;
- b) um profissional na área de planejamento;
- c) duas duplas de profissionais na área de criação, sendo uma específica para o meio digital;
- d) dois profissionais nas áreas de produção gráfica, eletrônica e de design/computação gráfica;
- e) quatro profissionais na área de mídia, sendo um supervisor de mídia; um coordenador de mídia, um de mídia digital e um assistente de mídia.

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

5.1.4 Utilizar, na elaboração dos serviços objeto deste contrato, os profissionais indicados na Proposta Técnica da concorrência que deu origem a este ajuste, para fins de comprovação da capacidade de

atendimento, admitida sua substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior, mediante comunicação formal ao CONTRATANTE.

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

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

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

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

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

5.1.5.3.1 O desrespeito ao disposto no subitem 5.1.5.3 constituirá grave violação aos deveres contratuais por parte da CONTRATADA e a submeterá a processo administrativo em que, comprovado o comportamento injustificado, implicará a aplicação das sanções previstas neste contrato no art. 156 da Lei Federal nº 14.133/2021.

5.1.5.1.2 A CONTRATANTE reserva-se o direito de solicitar informações à CONTRATADA sobre todos os planos de incentivo que lhes forem concedidos em decorrência deste contrato, bem como a demonstração de que o incentivo recebido não produziu ou estimulou veiculações contrárias ao interesse do Municípios, para fins de conferir efetividade à norma contida no item 5.1.5.3.

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

5.1.7 Observar as seguintes condições para o fornecimento de bens ou serviços especializados ao CONTRATANTE:

- I - fazer cotações prévias de preços para todos os serviços a serem prestados por fornecedores;
- II - somente apresentar cotações de preços de fornecedores, previamente cadastrados, junto ao Cadastro de Licitantes do _____, no Departamento de Administração de Materiais da Secretaria de _____ e Previdência observado o disposto no art. 14 da Lei Federal nº 12.232/2010;
- III - apresentar, no mínimo, 3 (três) cotações coletadas entre integrantes do cadastro que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido;
- IV - exigir do fornecedor que constem da cotação os produtos ou serviços que a compõem, seus preços unitários e total e, sempre que necessário, o detalhamento de suas especificações;

V - a cotação deverá ser apresentada no original, em papel timbrado, com a identificação completa do fornecedor (nome completo, CNPJ ou CPF, endereço, telefone, entre outros dados) e a identificação do responsável pelas informações (nome completo, RG e e-mail);

VI - não havendo, entre as empresas cadastradas, uma que possa atender a demanda, a CONTRATADA poderá contratar empresa não cadastrada mediante prévia e expressa justificativa, ficando a critério do CONTRATANTE a aceitação ou não.

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

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

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

5.1.7.4 Se e quando julgar conveniente, o CONTRATANTE poderá:

a) supervisionar o processo de seleção de fornecedores realizado pela CONTRATADA quando o fornecimento de bens ou serviços, tiver valor igual ou inferior a 0,5% (cinco centésimo por cento) do valor deste contrato;

b) realizar cotação de preços diretamente junto a fornecedores para o fornecimento de bens ou serviços independentemente de valor.

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

5.1.7.6 As disposições do subitem 5.1.7 a 5.1.7.4 não se aplicam à compra de mídia.

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

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

I - um mesmo sócio ou cotista participe de mais de uma empresa fornecedora em um mesmo procedimento;

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

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

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

5.1.9.1.1 A autorização a que se refere o subitem precedente não exime a CONTRATADA de sua responsabilidade pela escolha e inclusão de veículos de comunicação e divulgação ou fornecedores

especializados nos planejamentos de mídia e de formas inovadoras de comunicação publicitária por ela apresentados, para as ações a serem executadas durante a vigência deste contrato.

5.1.9.1.2. Quando da programação de veículo de divulgação *on-line*, a CONTRATADA obriga-se a providenciar Termo de Conduta, segundo o qual o veículo se responsabiliza pelos seus conteúdos ou de sites parceiros, declarando estar de acordo com os termos do Marco Civil da Internet, com a Lei Geral de Proteção

Dados e demais leis que regulamentem a matéria, de forma a evitar ações publicitárias do CONTRATANTE em veículos de comunicação e divulgação que promovam conteúdos ou atividades ilegais.

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

5.1.9.2. Apresentar ao CONTRATANTE para autorização do plano de mídia e/ou do plano de novas formas de publicidade digital de cada ação ou campanha publicitária, o estudo e a relação dos meios, praças e veículos de comunicação, a partir relatório de checagem de veiculação, a cargo de empresa independente e sem custo adicional para a Administração ou, em casos excepcionais, a(s) justificativa(s) que demonstre(m) tal impossibilidade, com o fim de atender ao disposto no art. 15 da Lei Federal nº 12.232/2010.

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

5.1.10. Encaminhar, sempre que solicitado pelo CONTRATANTE durante a vigência do contrato, sem ônus para esta, cópias das peças produzidas, nos seguintes formatos:

- a) TV e Cinema: uma cópia em *pendrive* e/ou arquivos digitais e relatório de exibição fornecido por empresa independente;
- b) Internet: uma cópia em *pendrive* e/ou arquivos digitais que constituíram a campanha ou peça e relatórios do Google Analytics ou outra ferramenta equivalente;
- c) Rádio: uma cópia em *pendrive* e/ou arquivos digitais e relatório de exibição fornecido por empresa independente;
- d) Mídia impressa e material publicitário: uma cópia em *pendrive*, com arquivos nas versões aberta - com as fontes e imagens em alta resolução - e finalizada.

5.1.10.1 Quando se tratar de campanhas com várias mídias, as peças poderão ser agrupadas em um mesmo *pendrive* e/ou arquivo digital.

5.1.11 Manter arquivo da propaganda do CONTRATANTE, em meio virtual, com as peças produzidas no decorrer da execução deste contrato, em ferramenta disponibilizada pela PMMA.

5.1.11.1 O acesso ao arquivo virtual será feito exclusivamente pelas agências contratadas e a ADMINISTRAÇÃO, reservada a esta a faculdade de liberar seu uso a quem lhe aprovar.

5.1.12 Orientar a produção e a impressão das peças gráficas e material aprovados pelo contratante.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

5.1.17.2 Manter, durante a execução deste contrato, todas as condições de habilitação exigidas na concorrência que deu origem a este ajuste, incluída a certificação qualificação técnica de atendimento de que tratar o art. 4º e seu § 1º da Lei 12.232/2010 e manter válido.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

5.1.18.4 Preencher com os executores e valores contratados, nos Pedidos de Autorização de Veiculação e Divulgação - PADV, emitido pelos órgãos e entidades.

CLÁUSULA SEXTA - OBRIGAÇÕES DO CONTRATANTE

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

- a) cumprir todos os compromissos financeiros assumidos com a CONTRATADA;
- b) comunicar, por escrito, à CONTRATADA, toda e qualquer orientação acerca dos serviços, excetuados os entendimentos orais determinados pela urgência, que deverão ser confirmados, por escrito, no prazo de 24 (vinte quatro) horas úteis;
- c) fornecer e colocar à disposição da CONTRATADA todos os elementos e informações que se fizerem necessários à execução dos serviços;
- d) proporcionar condições para a boa execução dos serviços;

- e) notificar, formal e tempestivamente, a CONTRATADA sobre as irregularidades observadas no cumprimento deste contrato;
- f) notificar a CONTRATADA, por escrito e com antecedência, sobre multas, penalidades e quaisquer débitos de sua responsabilidade.

6.2 Para cumprimento do objeto do contrato, a CONTRATADA emitirá Autorização de Veiculação e Divulgação - PADV, documento obrigatório para autorizar cada serviço a ser executado.

CLÁUSULA SÉTIMA - FISCALIZAÇÃO E ACEITAÇÃO

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

7.1.1 A gestão e fiscalização do contrato será realizada pela Coordenação de Marketing da PMMA, cujos servidores serão designados posteriormente mediante expedição de Portaria específica, e aos quais competirá registrar em relatório todas as ocorrências, deficiências, irregularidades ou falhas porventura observadas na execução dos serviços e terão poderes, entre outros, para notificar a CONTRATADA, objetivando sua imediata correção.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

CLÁUSULA OITAVA – REMUNERAÇÃO

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

8.1.1 Honorários de % (..... por cento), incidentes sobre os preços comprovados e previamente autorizados de serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da CONTRATADA, referentes à produção e à execução técnica de peças e ou material cuja distribuição não proporcione à CONTRATADA o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965, de que trata o subitem 9.1.

8.1.1.1 Esses honorários serão calculados sobre o preço efetivamente faturado, a ele não acrescido o valor dos tributos cujo recolhimento seja de competência da CONTRATADA.

8.1.2 Honorários de % (..... por cento), incidentes sobre os preços comprovados e previamente autorizados de serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da CONTRATADA, referentes ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes à execução deste contrato.

8.1.2.1 Esses honorários serão calculados sobre o preço efetivamente faturado, a ele não acrescido o valor dos tributos cujo recolhimento seja de competência da CONTRATADA.

8.1.3 Honorários de% (..... por cento), incidentes sobre os preços comprovados e previamente autorizados de serviços especializados prestados por fornecedores com a intermediação e supervisão da CONTRATADA, referentes à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias.

8.1.3.1 Esses honorários serão calculados sobre o preço efetivamente faturado, a ele não acrescidos o valor dos tributos cujo recolhimento seja de competência da CONTRATADA.

8.1.4 % (..... por cento) dos valores previstos na tabela referência de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Pará, a título de ressarcimento dos custos internos dos serviços executados pela CONTRATADA.

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

8.1.4.2 A CONTRATADA se compromete a apresentar, antes do início dos serviços, planilha detalhada com os valores previstos na tabela referencial de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Pará e com os preços correspondentes a serem cobrados do CONTRATANTE, conforme previsto no subitem 8.1.4, acompanhada de exemplar da referida tabela impressa.

8.2 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 lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação.

8.3 Despesas com deslocamento de profissionais da CONTRATADA, de seus representantes ou de fornecedores por ela contratados serão de sua exclusiva responsabilidade. Eventuais exceções, no exclusivo interesse do CONTRATANTE, poderão vir a ser ressarcidas por seu valor líquido e sem cobrança de honorários pela CONTRATADA, desde que antecipadamente orçadas e aprovadas pelo CONTRATANTE.

8.3.1 Quando houver ressarcimento de despesas com deslocamento de profissionais da CONTRATADA, de seus representantes ou de fornecedores por ela contratados, deverão ser apresentados comprovantes de passagens, diárias, locação de veículos, entre outros, a fim de aferir a execução da despesa e assegurar seu pagamento pelo líquido, sem a incidência de honorários.

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

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

CLÁUSULA NONA - DESCONTO DE AGÊNCIA

9.1 Além da remuneração prevista na Cláusula Oitava, a CONTRATADA fará jus ao desconto de agência concedido pelos veículos de comunicação, em conformidade com o Art. 11 da Lei Federal no 4.680/1965, regulamentado pelo Decreto 57.690/66

9.1.1 Dos 20% (vinte por cento) de desconto de agência a que faz jus, a CONTRATADA repassará ao CONTRATANTE sob a forma de desconto, o equivalente a 5% (cinco por cento) e permanecerá com 15% (quinze por cento), no ato de pagamento de cada uma das faturas.

9.1.2 O desconto de que trata o subitem precedente é concedido à CONTRATADA pela concepção, execução e distribuição de publicidade, por ordem e conta da CONTRATANTE, nos termos do art. 19 da Lei nº 12.232/2010.

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

9.3 A contratada não fará jus ao desconto de agência quando da utilização, pelo CONTRATANTE, de créditos que a este tenham sido eventualmente concedidos por veículos de divulgação, em qualquer ação publicitária pertinente a este contrato.

CLÁUSULA DÉCIMA - DIREITOS AUTORAIS

10.1 A CONTRATADA cede ao CONTRATANTE os direitos patrimoniais do autor das ideias - incluídos os estudos, análises e planos -, campanhas, peças e materiais publicitários, de sua propriedade, de seus empregados ou prepostos, concebidos e criados em decorrência deste contrato.

10.1.1 O valor dessa cessão é considerado incluído nas modalidades de remuneração definidas nas Cláusulas Oitava e Nona deste contrato.

10.1.2 O CONTRATANTE poderá, a seu juízo, utilizar referidos direitos diretamente ou através de terceiros, durante e após a vigência deste contrato, sem que lhe caiba qualquer ônus perante a CONTRATADA, seus empregados, prepostos ou fornecedores.

10.1.3 A juízo da CONTRATANTE, as peças criadas pela CONTRATADA poderão ser reutilizadas por outros órgãos, sem que caiba a eles ou ao CONTRATANTE qualquer ônus perante a CONTRATADA.

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

10.2 Com vistas às contratações que envolvam direitos de autor e conexos, a CONTRATADA solicitará dos fornecedores dois orçamentos para a execução do serviço, um de cessão por tempo limitado e outro de cessão total e definitiva de tais direitos, para que o CONTRATANTE escolha uma das opções.

10.2.1 A CONTRATADA utilizará os trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos conexos dentro dos limites estipulados no respectivo ato de cessão e a contratação ao estabelecimento, no ato de cessão, orçamento ou contrato, de cláusulas em que o fornecedor garanta a cessão pelo prazo definido pelo em cada caso e se declare ciente e de acordo com as condições estabelecidas nos subitens 10.2.1.1 a 10.2.3.

10.2.1.1 Na utilização de peças por período igual ao inicial ajustado, o percentual a ser pago pelo CONTRATANTE em relação ao valor original dos direitos patrimoniais do autor e conexo será de no máximo 70% (setenta por cento). Para a utilização por períodos inferiores, o percentual será obtido pela regra de três simples.

10.2.1.2 O valor inicialmente contratado poderá ser reajustado tendo como parâmetros básicos os preços vigentes no mercado, aplicando-se em tal caso, no máximo a variação do índice IGP-DI/FGV, desde que decorrido pelo menos um ano da cessão original dos direitos.

10.2.2 Na reutilização de peças por período igual ao inicialmente ajustado, o percentual em relação ao valor original da cessão de uso de obras consagradas incorporada a essas peças, a ser pago pelo CONTRATANTE aos detentores dos direitos patrimoniais de autor e conexos será de no máximo 70% (setenta por cento). Para a reutilização por períodos inferiores, o percentual máximo será obtido pela regra de três simples.

10.2.2.1 O valor inicialmente contratado poderá ser reajustado tendo como parâmetros básicos os preços vigentes no mercado, aplicando-se, em tal caso, no máximo, a variação do Índice Geral de Preços - Disponibilidade Interna (IGP-DI), da Fundação Getúlio Vargas, desde que decorrido pelo menos um ano da cessão original dos direitos.

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

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

10.5 A CONTRATADA se obriga a fazer constar dos respectivos ajustes que vier a celebrar com fornecedores, nos casos de tomadas de imagens sob a forma de reportagens, documentários e similares, que não impliquem direitos de imagem e som de voz, cláusulas escritas estabelecendo:

I - a cessão dos direitos patrimoniais do autor desse material ao CONTRATANTE, que poderá ao seu juízo, utilizar referidos direitos, diretamente ou por intermédio de terceiros, durante o prazo de 5 (cinco) anos, contado da data do pagamento do serviço pela CONTRATADA ao fornecedor, sem que caiba ao CONTRATANTE qualquer ônus adicional perante os cedentes desses direitos;

- II que, em decorrência da cessão prevista no inciso anterior, o CONTRATANTE poderá solicitar cópia de imagens contidas no material bruto produzido, em mídia
- III compatível com seu uso e destinação por intermédio da CONTRATADA ou de outra empresa com que venha a manter contrato para prestação de serviços;
- IV – que qualquer remuneração devida em decorrência da cessão referida nos incisos anteriores será considerada como já incluída no custo de produção, sendo apenas ressarcidos eventuais custos de edição das imagens solicitadas, se e quando necessário.

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

CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA – NORMAS ANTICORRUPÇÃO E COMPLIANCE

11.1 A CONTRATADA declara, sob as penas da lei, não haver, até a presente data, qualquer impedimento à presente contratação ou mesmo à execução de alguma cláusula ou condição do instrumento ora pactuado.

11.2 A CONTRATADA declara por si, por seus empregados, sócios, colaboradores, terceiros contratados e fornecedores estar em plena conformidade com as leis e regulamentos de anticorrupção.

11.3 A CONTRATADA endossa todas as leis, normas, regulamentos e políticas relacionados ao combate a corrupção que a ela se apliquem, obrigando-se a abster-se de qualquer atividade ou ato que constitua violação às referidas disposições bem como das quais o CONTRATANTE seja signatário.

11.4 A CONTRATADA por si, por seus administradores, diretores, empregados, terceiros contratados e agentes, bem como por sócio que venha a agir em seu nome, se obriga a conduzir suas práticas comerciais durante toda a vigência deste instrumento de forma ética e em conformidade com as normas aplicáveis.

11.5 A CONTRATADA por si, por seus empregados, sócios, colaboradores, terceiros contratados e fornecedores não deve, direta ou indiretamente, dar, oferecer, pagar, promover pagar, autorizar o pagamento de qualquer importância em dinheiro, ou mesmo qualquer coisa de valor, benefício, doação, vantagem a qualquer autoridade, consultor, representante, parceiro, ou quaisquer terceiros com a finalidade de influenciar quaisquer atos ou decisões de agente de governo ou para assegurar qualquer vantagem indevida.

11.6 A CONTRATADA declara que não pratica e se obriga a não praticar quaisquer atos que violem leis anticorrupção.

11.7 A CONTRATADA concorda em fornecer prontamente, sempre que solicitada, demonstração de que está atuando diligentemente na prevenção de práticas que possam violar as leis anticorrupção.

11.8 A CONTRATADA obriga-se a manter seus livros, registros, contas e documentos contábeis organizados e precisos, assegurando-se de que nenhuma transação seja mantida fora de seus livros e que todas as transações sejam devidamente registradas e documentadas desde o início.

11.9 A CONTRATADA concorda que o CONTRATANTE terá o direito de, sempre que julgar necessário, desde que com prévio aviso, analisar todos os livros, registros, contas e documentações de suporte que se

relacionem a este Contrato, para verificar o cumprimento de leis anticorrupção aplicáveis, sendo que a CONTRATADA se compromete a cooperar totalmente com qualquer solicitação de documentos.

11.10.A CONTRATADA compromete-se a praticar a governança corporativa de modo a dar efetividade ao cumprimento das obrigações contratuais em observância à legislação aplicável.

CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA – DA PROTEÇÃO E TRATAMENTO DE DADOS PESSOAIS

12.1 O CONTRATANTE e a CONTRATADA se comprometem a proteger os direitos fundamentais de liberdade e de privacidade e o livre desenvolvimento da personalidade da pessoa natural, relativos ao tratamento de dados pessoais, inclusive nos meios digitais, garantindo que:

a) o tratamento de dados pessoais dar-se-á de acordo com as bases legais previstas nas hipóteses da Lei Federal nº 13.709/2018 às quais se submeterão os serviços, e para propósitos legítimos, específicos, explícitos e informados ao titular;

b) o tratamento seja limitado às atividades necessárias ao atingimento das finalidades de execução do contrato e do serviço contratado, utilizando-os, quando seja o caso, em cumprimento de obrigação legal ou regulatória, no exercício regular de direito, por determinação judicial ou por requisição da ANPD (Autoridade Nacional de Proteção de Dados);

c) em caso de necessidade de coleta de dados pessoais indispensáveis à própria prestação do serviço, responsabiliza-se a CONTRATADA por obter o consentimento dos titulares (salvo nos casos em que opere outra hipótese legal de tratamento). Os dados assim coletados só poderão ser utilizados na execução dos serviços especificados neste contrato, e em hipótese alguma poderão ser compartilhados ou utilizados para outros fins;

d) os dados obtidos em razão deste contrato serão armazenados em um banco de dados seguro, com garantia de registro das transações realizadas na aplicação acesso e adequado controle de acesso baseado em função e com transparente identificação do perfil dos credenciados, tudo estabelecido como forma de garantir inclusive a rastreabilidade de cada transação e a franca apuração, a qualquer momento, de desvios e falhas, vedado o compartilhamento sem respaldo legal desses dados com terceiros;

e) encerrada a vigência do contrato ou não havendo mais necessidade de utilização dos dados pessoais, sejam eles sensíveis ou não, a CONTRATADA interromperá o tratamento dos Dados Pessoais disponibilizados pelo CONTRATANTE e, em no máximo (30) dias eliminará completamente os Dados Pessoais e todas as cópias porventura existentes (seja em formato digital ou físico), salvo quando a CONTRATADA tenha que manter os dados para cumprimento de obrigação legal ou outra hipótese da LGPD.

12.2 A CONTRATADA dará conhecimento formal aos seus empregados das obrigações e condições acordadas, inclusive no tocante à Política de Privacidade, cujos princípios deverão ser aplicados à coleta e tratamento dos dados pessoais de que trata a presente cláusula.

12.3 O eventual acesso, pela CONTRATADA, às bases de dados que contenham ou possam conter dados pessoais ou segredos de negócio implicará para a CONTRATADA e para seus prepostos – devida e formalmente instruídos nesse sentido – o mais absoluto dever de sigilo, no curso do presente contrato e pelo prazo de até 10 anos contados de seu termo final.

12.4 A CONTRATADA cooperará com o CONTRATANTE no cumprimento das obrigações referentes ao exercício dos direitos dos Titulares previstos na LGPD e nas Leis e Regulamentos de Proteção de Dados em vigor e também no atendimento de requisições e determinações do Poder Judiciário, Ministério Público e Órgãos de controle;

12.5 O “Encarregado” ou “DPO” da CONTRATADA manterá contato formal com o Encarregado do CONTRATANTE, no prazo de 24 (vinte e quatro) horas da ocorrência de qualquer incidente que implique violação ou risco de violação de dados pessoais, para que este possa adotar as providências devidas, na hipótese de questionamento das autoridades competentes.

12.6 A critério do Encarregado de Dados do CONTRATANTE, a CONTRATADA poderá ser provocada a colaborar na elaboração do relatório de impacto (DPIA), conforme a sensibilidade e o risco inerente dos serviços objeto deste contrato, no tocante a dados pessoais.

12.7 Eventuais responsabilidades das partes, serão apuradas conforme estabelecido neste contrato e também de acordo com o que dispõe a Seção I, Capítulo IV e a Seção III, Capítulo VI da LGPD.

CLÁUSULA DÉCIMA TERCEIRA - LIQUIDAÇÃO E PAGAMENTO DE DESPESAS

13.1 Para a liquidação e pagamento de despesa referente aos serviços previamente autorizados pelo CONTRATANTE, a CONTRATADA deverá apresentar, dentro do prazo de 90 dias, contados a partir do término da veiculação da mídia, sob pena de inadimplência:

I - a correspondente Nota Fiscal Eletrônica em nome da entidade ao qual foi prestado a ação de publicidade, seja órgão da Administração Direta, Indireta, Empresa Pública, Autarquia, Sociedade de Economia Mista ou demais entidades vinculadas.

II - a primeira via da Nota Fiscal do fornecedor ou do veículo, emitida em nome do órgão ou da entidade à qual foi prestado o serviço, quando for o caso;

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

13.1.1. O prazo previsto no item 13.1 poderá ser prorrogado, em caráter excepcional, mediante pedido formal da agência, em decorrência de situações imprevisíveis, devidamente justificadas.

13.1.2 Os pagamentos serão feitos mediante crédito do Banco do Brasil agência nº conta corrente nº

13.1.2.1 Em relação ao pagamento, há a incidência do Decreto Estadual nº 4.505/2016.

13.1.3 Os documentos de cobrança e demais informações necessárias a comprovação da execução e entrega dos serviços, para a liquidação e pagamento das despesas deverão ser encaminhados pela CONTRATADA ao CONTRATANTE, preferencialmente em formato eletrônico, via e Protocolo ou entregues fisicamente em sua sede.

13.1.4 O Gestor do contrato somente atestará a prestação de serviços e liberará os documentos para pagamento quando cumpridas pela CONTRATADA todas as condições pactuadas.

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

I - Serviços executados pela CONTRATADA:

a) Intermediação e supervisão de serviços especializados prestados por fornecedores: apresentação dos documentos de cobrança, de que tratam os incisos I, II e III do subitem 13.1;

b) execução de serviços internos: apresentação dos documentos de cobrança, de que tratam os incisos I do subitem 13.1;

II - serviços especializados prestados por fornecedores e veiculação:

- a) produção e execução técnica de peça e ou material: apresentação dos documentos de cobrança, de que tratam os incisos I, II e III do subitem 13.1;
- b) planejamento e execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes à execução do contrato: apresentação dos documentos de cobrança, de que tratam os incisos I, II e III do subitem 13.1;
- c) criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias: apresentação dos documentos de cobrança, de que tratam os incisos I, II e III do subitem 13.1;
- d) veiculação: apresentação dos documentos de cobrança, de que tratam os incisos I, II e III do subitem 13.1, da demonstração do valor devido ao veículo, de sua tabela de preços, da indicação dos descontos negociados, dos correspondentes pedidos de inserção e, sempre que possível, do respectivo relatório de checagem, a cargo de empresa independente, nos termos do inciso III do subitem 13.5.

13.2.1 A liquidação da despesa com distribuição de peças e material de não mídia executada por fornecedores de serviços especializados terá o tratamento previsto na alínea 'a' do inciso II do subitem 13.2.

13.2.2 Na ocorrência de falha local em programação eletrônica, rede nacional, além das providências previstas na alínea 'd' do subitem 13.2 a CONTRATADA deverá apresentar documento do veículo com a descrição da falha e do respectivo valor a ser abatido na liquidação.

13.2.3 Os preços de tabela de cada inserção e os descontos negociados, de que trata o art. 15 da Lei nº 12.232/2010, serão conferidos e atestados pelo Gestor deste contrato, por ocasião da apresentação do Plano Mídia pela CONTRATADA ao CONTRATANTE.

13.3 O pagamento das despesas será feito fora o mês de produção ou de veiculação, em até 30 (trinta) dias após a apresentação dos documentos previstos nos subitens 13.1 e 13.2.

13.4 Nos casos de veiculação no exterior, as condições de liquidação e pagamento serão adaptadas às praxes de cada país e deverão levar em conta as disposições do subitem 13.2.

13.5 No tocante a veiculação, além do previsto na alínea "d" do inciso II do subitem 13.2, a CONTRATADA fica obrigada a apresentar, sem ônus para a CONTRATANTE os seguintes comprovantes:

- I - Revista: exemplar original e via digital, se houver;
- II - Jornal: exemplar impresso e via digital, se houver, ou a página com o anúncio, da qual devem constar às informações sobre período ou data de circulação, nome do Jornal e praça;
- III - demais meios: relatório de checagem de veiculação, a cargo de empresa independente.

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

- I - TV, Rádio e Cinema: documento usualmente emitido pelo veículo (mapa ou comprovante de veiculação ou inserção ou irradiação e similares) e declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo

menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração, local, data, nome do programa (quando for o caso), dia e horário da veiculação;

I.1 - como alternativa à declaração prevista no inciso I, a AGÊNCIA poderá apresentar documento usualmente emitido pelo veículo (mapa ou comprovante de veiculação ou inserção ou irradiação e similares) em que figure a declaração prevista no inciso I deste subitem, na frente ou no verso desse documento, mediante impressão eletrônica ou a carimbo, desde que essa declaração seja assinada e que esse documento "composto" contenha todas as informações previstas no inciso I deste subitem;

I.2 - como alternativa ao conjunto de documentos previsto nos incisos I e I.1 deste subitem, a AGÊNCIA poderá apresentar declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileira, emitida pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração, local, data, nome do programa (quando for o caso), dia e horário da veiculação.

II - Mídia Exterior:

II.1 - Mídia *Out Off Home*: relatório de exibição fornecido pela empresa que veiculou a peça, de que devem constar as fotos, período de veiculação, local e nome da campanha, datado e assinado, acompanhado de declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração;

II.2 - Mídia Digital *Out Off Home*: relatório de exibição fornecido pela empresa que vinculou a peça de que devem constar fotos por amostragem, identificação do local da veiculação, quantidade de inserções, nome da campanha, período de veiculação datado e assinado, acompanhando a declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração;

- Carro de Som: relatório de veiculação fornecido pela empresa que veiculou a peça, com relatório GPS e fotos de todos os carros contratados, com imagem de

II.3 imagem de fundo que comprove a cidade em que a ação foi realizada, acompanhado de declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração;

II - Internet: relatório de gerenciamento fornecido pela empresa que veiculou as peças, preferencialmente com o print da tela em que contenha a data e o link de acesso.

13.5.2 As formas de comprovação de veiculação em mídias não previstas nos incisos I, II e III do subitem 13.5.1 serão estabelecidas formalmente pelo CONTRATANTE, antes da aprovação do respectivo Plano de Mídia.

13.6 Para a efetivação dos pagamentos, a CONTRATADA e os executores/fornecedores deverão estar com todas as certidões válidas.

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

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

13.8. Nos casos de eventuais atrasos de pagamento, desde que a AGÊNCIA não tenha concorrido, de alguma forma, para tanto, fica convencionado que a taxa de compensação financeira devida pela ADMINISTRAÇÃO, entre a data do vencimento e o efetivo adimplemento da parcela é calculada mediante a aplicação da seguinte fórmula:

$EM = I \times N \times VP$, sendo:

EM = Encargos moratórios;

N = Número de dias entre a data prevista para o pagamento e a do efetivo pagamento;

VP = Valor da parcela a ser paga.

I = Índice de compensação financeira = 0,00016438, assim apurado:

$$I = (TX) \quad I = \frac{(6 / 100)}{365} \quad I = 0,00016438$$

TX = Percentual da taxa anual = 6%

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

13.9 O CONTRATANTE não pagará nenhum compromisso que lhe venha a ser cobrado diretamente por terceiros, sejam ou não instituições financeiras.

13.10 Os pagamentos a fornecedores e veículos por serviços prestados serão efetuados pela CONTRATADA em até 5 (cinco) dias após o recebimento da ordem bancária do CONTRATANTE pela agência bancária pagadora

13.10.1 A CONTRATADA encaminhará, em 48h (quarenta e oito horas) após o prazo estipulado no item 13.10, a CONTRATADA encaminhará a CONTRATANTE, por e-mail, os comprovantes de pagamentos feitos a fornecedores e veículos a cada ordem bancária de pagamento emitida pelo CONTRATANTE, podendo ser disponibilizado no arquivo virtual a critério da CONTRATANTE.

13.10.2 A CONTRATADA encaminhará à CONTRATANTE relatório, até o quinto dia de cada mês subsequente ao do pagamento, com a consolidação dos pagamentos de que trata o subitem 13.10, efetuados no mês imediatamente anterior.

13.10.3 Os dados e formato de controle dos pagamentos de que tratam o subitem 13.10 serão definidos pelo CONTRATANTE, e os comprovantes e relatórios deverão conter pelo menos as seguintes informações:

- data do pagamento do CONTRATANTE ao CONTRATADO;
- data do pagamento da CONTRATADA ao fornecedor;
- valor pago;

- d) nome do favorecido; e
- e) número da Nota Fiscal.

13.10.4 O não cumprimento do disposto nos subitens 13.10 e/ou 13.10.1 ou a não justificativa formal para o não pagamento no prazo estipulado poderá implicar a suspensão dos pagamentos a CONTRATADA, até que seja resolvida a pendência, ou ensejar a rescisão contratual.

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

13.11 O CONTRATANTE, na condição de fonte retentora, fará o desconto e o recolhimento dos tributos e contribuições a que esteja obrigado pela legislação vigente ou superveniente, referente aos pagamentos que efetuar e obedecidos os prazos legais.

CLÁUSULA DÉCIMA QUARTA – GARANTIA

14.1 A CONTRATADA prestará garantia, em favor do CONTRATANTE, no valor de R\$ 90.000,00 (noventa mil reais), correspondente a 1,0% (um por cento) para a execução dos serviços objeto deste contrato, na forma prevista no subitem 25.1 do Edital que deu origem a esta contratação.

14.2 Se o valor da garantia vier a ser utilizado, total ou parcialmente, no pagamento de qualquer obrigação vinculada a este ajuste, indenização a terceiros, a CONTRATADA deverá proceder à respectiva reposição, no prazo máximo de 10 (dez) dias úteis, contados da data do recebimento da notificação do CONTRATANTE.

14.3 Se houver acréscimo ao valor deste contrato complementação da garantia no prazo máximo do recebimento da notificação do CONTRATANTE, se obriga a fazer a complementação da garantia no prazo máximo de 10 (dez) dias úteis, contados da data do recebimento da notificação do CONTRATANTE.

14.4 Na hipótese de prorrogação deste contrato, o CONTRATANTE exigirá nova garantia escolhida pela CONTRATADA entre as modalidades previstas na Lei Federal nº 12.232/2010 e da Lei Federal no 14.133/2021.

14.4.1 O documento de constituição da nova garantia, deverá ser entregue à CONTRATANTE no prazo máximo de 10 (dez) dias, contado da data de assinatura do respectivo termo aditivo.

14.5 Após o cumprimento fiel e integral de todas as obrigações assumidas neste contrato, a garantia, ou seu saldo, será liberada ou restituída, a pedido da CONTRATADA, no prazo de 30 (trinta) dias úteis, mediante solicitação da CONTRATADA e certificação, pelo Gestor deste contrato, de que os serviços foram realizados a contento e que a CONTRATADA apresentou todos os comprovantes conforme subitem 13.10.1.

14.5.1 Na restituição de garantia realizada em dinheiro, seu valor ou saldo será corrigido pelo rendimento da poupança.

14.6 A garantia constituída ficará retida no caso de rescisão contratual, até a definitiva solução das pendências administrativas ou judiciais.

CLÁUSULA DÉCIMA QUINTA – SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

15.1 O descumprimento das obrigações assumidas pela CONTRATADA, sem justificativa aceita pelo CONTRATANTE, resguardados os preceitos legais pertinentes, poderá acarretar as seguintes sanções administrativas:

- I - advertência;

II - multa;

III - suspensão temporária de participação em licitação, e impedimento de contratar com a Administração do Município, por prazo não superior a 2 (dois) anos, e dosada segundo a natureza e a gravidade da falta cometida.

IV - 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 o contratado ressarcir o CONTRATANTE pelos prejuízos resultantes e após decorrido o prazo da sanção aplicada com base no inciso anterior.

15.1.1 As sanções previstas nos incisos I, III e I do subitem anterior poderão ser aplicadas juntamente com a do inciso II facultada a defesa prévia do interessado, no respectivo processo, no prazo de 5 (cinco) dias úteis, e observado o princípio da proporcionalidade.

15.2 A advertência é o aviso por escrito, emitido quando a CONTRATADA descumprir qualquer obrigação contratual.

15.3 A multa é a sanção pecuniária imposta à CONTRATADA por atraso injustificado na entrega ou execução do contrato, e será aplicada nos seguintes percentuais:

I - 0,33% (trinta e três centésimos por cento) por dia de atraso injustificado na entrega de material ou execução de serviços, ou no caso de atraso no envio da documentação necessária para a efetivação do pagamento, calculado sobre o valor correspondente à parte inadimplida, a contar do primeiro dia útil da data fixada para a entrega do serviço até o limite de 30 (trinta) dias de atraso;

II - 0.66% (sessenta e cinco centésimos por cento) por dia de atraso injustificado na entrega de material ou execução de serviços, ou no caso de atraso no envio da documentação necessária para a efetivação do pagamento, calculado, a partir do trigésimo primeiro dia de atraso, sobre o valor correspondente à parte inadimplida, sem prejuízo da rescisão deste contrato a partir do sexagésimo dia de atraso;

III - 5% (cinco por cento) em caso de recusa parcial ou total na entrega de material ou recusa na conclusão do serviço, calculado sobre a parte inadimplida;

IV - 5% (cinco por cento) sobre o valor da garantia de execução de serviços, caso a AGÊNCIA não instale escritório ou sucursal com a estrutura mínima e no prazo previstos ou, ainda, deixe de manter escritório ou sucursal com a referida estrutura mínima;

V - 10% (dez por cento) sobre o valor estimado do contrato, em caso de recusa injustificada em constituir a garantia, sem prejuízo da rescisão deste contrato;

VI - 20% (vinte por cento) sobre o valor do contrato, em caso de sua inexecução total ou parcial.

15.3.1 A multa será formalizada por simples apostilamento contratual, na forma do art. 136 da Lei Federal nº 14.133/2021 e será executada após regular processo administrativo, oferecido à CONTRATADA a oportunidade de defesa prévia, no prazo de 5 (cinco) dias úteis, a contar do recebimento da notificação, nos termos do art. 162 da Lei nº 14.133/2021, observada a seguinte ordem:

I - mediante desconto no valor da garantia deste contrato;

II - mediante desconto no valor das parcelas devidas à CONTRATADA; III - mediante procedimento judicial de execução.

15.3.2 Se a multa aplicada for superior ao valor da garantia prestada, além da perda desta, responderá a CONTRATADA pela sua diferença, devidamente atualizada pelo índice IGP-DI/FGV que será descontada dos pagamentos eventualmente devidos pela CONTRATADA ou cobrados judicialmente.

15.3.3 Em despacho, poderá ser relevado:

I - o atraso não superior a 5 (cinco) dias;

II - a execução de multa cujo montante seja inferior ao dos respectivos custos de cobrança.

15.3.4 A sanção pecuniária prevista no inciso III do subitem 15.3 não se aplica nas hipóteses de rescisão contratual que não ensejam penalidades.

15.4 A suspensão é a sanção que impede temporariamente a CONTRATADA de participar de licitações e de contratar com a Administração, de acordo com os prazos a seguir:

I – por até 30 (trinta) dias, quando, vencido o prazo de advertência, a CONTRATADA permanecer inadimplente;

II – por até 24 (vinte e quatro) meses, quando a CONTRATADA receber qualquer das multas previstas no subitem 15.3 e não efetuar o pagamento.

15.4.1 A penalidade de suspensão será publicada no Diário Oficial dos Municípios do Estado do Pará.

15.5 A declaração de inidoneidade será aplicada pelo Secretário deou autoridade equivalente a que esteia subordinado O CONTRATANTE, a vista dos motivos informados na instrução processual.

15.5.1 A declaração de inidoneidade permanecerá em vigor enquanto perdurarem os motivos que determinaram à punição ou até que seja promovida a reabilitação perante a própria autoridade que a aplicou, e será concedida sempre que a CONTRATADA ressarcir o CONTRATANTE pelos prejuízos resultantes de sua conduta e após decorrido o prazo da sanção.

15.5.2 A declaração de inidoneidade e ou sua extinção será publicada no Diário Oficial dos Municípios do Estado do Pará, e seus efeitos serão extensivos a todos os órgãos e entidades integrantes do Poder Executivo do Municipal e à Administração Pública, consoante dispõe Lei Federal nº 12.232/2010 e o art. 156, IV, da Lei Federal nº 14.133/2021.

15.6 As sanções previstas nos subitens 15.4 e 15.5 poderão também ser aplicadas à CONTRATADA, se, em razão dos contratos regidos Lei Federal nº 12.232/2010 e pela Lei Federal nº 14.133/2021:

I - tenha sofrido condenação definitiva por praticar, por meios dolosos, fraude fiscal no recolhimento de quaisquer tributos;

II - tenha praticado atos ilícitos, visando frustrar os objetivos da licitação;

III - demonstrar não possuir idoneidade para contratar com o CONTRATANTE, em virtude de atos ilícitos praticados.

15.7 É facultado à CONTRATADA interpor recurso contra a aplicação das penas de advertência, suspensão temporária ou de multa, no prazo de 5 (cinco) dias úteis, contar da ciência da respectiva notificação.

15.7.1 O recurso será dirigido à autoridade superior, por intermédio da que praticou o ato recorrido, a qual poderá reconsiderar sua decisão, no prazo de 5 (cinco) dias úteis, ou nesse mesmo prazo, fazê-lo subir, devidamente informado, devendo, neste caso a decisão ser proferida dentro do prazo de 5 (cinco) dias úteis, contado do recebimento do recurso, sob pena de responsabilidade.

15.7.2. Após o julgamento do(s) recurso(s), ou transcorrido o prazo sem a sua interposição, a autoridade competente para aplicação da sanção providenciará a sua imediata divulgação no endereço ele _____.

15.8 Independentemente das sanções legais cabíveis, a CONTRATADA ficará sujeita ao ressarcimento das perdas e danos causados ao CONTRATANTE pelo descumprimento das obrigações contratuais.

CLÁUSULA DÉCIMA SEXTA - RESCISÃO

16.1 O presente contrato poderá ser rescindido pelos motivos previstos nos art. 137 e nas formas estabelecidas no Inciso I, II do art. 138, da Lei Federal nº 14.133/2021.

16.1.1 Este contrato também poderá ser rescindido, independentemente de interpelação judicial ou extrajudicial, desde que motivado o ato e assegurados o contraditório e ampla defesa, quando a CONTRATADA:

- a) for atingida por protesto de título, execução fiscal ou outros fatos que comprometam a sua capacidade econômico-financeira;
- b) for envolvida em escândalo público e notório;
- c) quebrar o sigilo profissional;
- d) utilizar, em benefício próprio ou de terceiros, informações não divulgadas ao público e às quais tenha acesso por força de suas atribuições contratuais;
- e) não prestar garantia suficiente para garantir o cumprimento das obrigações contratuais;
- f) motivar a suspensão dos serviços por parte de autoridades competentes, caso em que responderá por eventual aumento de custos das decorrentes e por perdas e danos que o CONTRATANTE, como consequência, venha a sofrer;
- g) deixar de comprovar sua regularidade fiscal, inclusive depósitos do FGTS, para com seus empregados, na forma definida neste contrato;
- h) vier a ser declarada inidônea por qualquer órgão da Administração Pública;
- i) não comprovar a qualificação técnica de funcionamento prevista no art. 4º da Lei nº deixar de atender ao disposto nos subitens 5.1.5.3, 13.10 e 13.10.1.

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

16.3 E caso de associação da CONTRATADA com outras empresas, de cessão ou transferência, total ou parcial, bem como de fusão, cisão ou incorporação, caberá ao CONTRATANTE decidir sobre a continuidade do presente contrato, com base em documentação comprobatória que justifique quaisquer ocorrências.

l) em havendo cisão, incorporação ou fusão da futura empresa contratada, a aceitação de qualquer uma destas operações, como pressuposto para a continuidade do contrato, ficará condicionada à análise, por esta administração contratante, do procedimento realizado e da documentação da nova empresa, considerando todas as normas aqui estabelecidas como parâmetros de aceitação, tendo em vista a eliminação dos riscos de insucesso na execução do objeto contratado.

16.4 A rescisão, por algum dos motivos previstos na Lei Federal nº 14.133/2021, não dará à CONTRATADA o direito a indenização a qualquer título, independentemente de interpelação judicial e ou extrajudicial, com a exceção do que estabeleceu art. 138 §2º, da Lei Federal nº 14.133/2021.

16.5 A rescisão acarretará, independentemente de qualquer procedimento judicial ou extrajudicial por parte do CONTRATANTE, a retenção dos créditos decorrentes deste contrato limitadas ao valor dos prejuízos causados, além das sanções previstas neste ajuste, até a completa indenização dos danos.

CLÁUSULA DÉCIMA SÉTIMA – DISPOSIÇÕES GERAIS

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

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

17.3 O CONTRATANTE providenciará a publicação do extrato deste contrato e de seus eventuais termos aditivos no Diário Oficial dos Municípios do Estado do Pará, a suas expensas, na forma prevista no art. 64, da Lei Federal nº 14.133/2021.

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

17.5 São assegurados ao CONTRATANTE todos os direitos e faculdades previstos na Lei nº 8.078, de 11.9.90 (Código de Defesa do Consumidor).

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

17.7 As informações sobre a execução deste contrato, com os nomes dos fornecedores de serviços especializados e de veículos de divulgação, serão divulgadas no sítio do CONTRATANTE na internet, em local específico para esse fim, garantido o livre acesso às informações por quaisquer interessados.

17.7.1 As informações sobre valores pagos serão divulgadas pelos totais de cada tipo de serviço de fornecedores e de cada meio de divulgação.

17.8 As partes aceitam e admitem como válida a assinatura do presente instrumento por meio eletrônico, para todos os fins jurídicos, nos termos dispostos na Medida Provisória nº 2.200-2/2001, na Lei Federal nº 14.063/2020.

CLÁUSULA DÉCIMA OITAVA – FORO

18.1 As questões decorrentes da execução deste contrato que não possam ser dirimidas administrativamente serão processadas e julgadas no Foro de Monte Alegre do Estado do Pará, com exclusão de qualquer outro, por mais privilegiado que seja.

E, por estarem justos e acordados, é lavrado o presente contrato, o qual, depois de lido e achado conforme, vai assinado eletronicamente pelas partes.

Local, datado eletronicamente.

CONTRATANTE

CONTRATADA

Testemunhas:

Nome
CPF / RG

Nome
CPF/RG

ANEXO IX

**FORMULÁRIO DE CADASTRO
LISTA DE COMPOSIÇÃO DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA**

ORIENTAÇÕES GERAIS

Esta Concorrência para contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agências de propaganda é processada e julgada por Comissão Especial de Licitação, na forma do art. 10 da Lei Federal nº 12.232/2010, com exceção da análise e julgamento das Propostas Técnicas.

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

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

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

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

Nome:	
Nacionalidade:	
Estado Civil:	
Profissão:	
RG:	
CPF:	
Endereço:	
Telefone:	
E-mail:	

Eu, _____, após a leitura das orientações gerais, solicito meu cadastro para participar da lista a partir da qual serão escolhidos, mediante sorteio, os integrantes da Subcomissão Técnica responsável pela análise e julgamento das propostas técnicas apresentadas no curso

da Concorrência Pública nº _____/2025 promovida pela Secretaria Estadual da Comunicação Social e da Cultura, em cumprimento ao que dispõe o art. 10 da Lei nº 12.232/2010.

Declaro que cumpro os requisitos necessários para, caso seja sorteado(a), integrar a Subcomissão Técnica desta licitação, nos termos do art. 10, § 1º, da Lei nº 12.232/2010, pois () possuo formação acadêmica ou () atuo na área de () comunicação, () publicidade ou () marketing e para comprovar declaro estar anexando ao presente formulário os seguintes documentos:

(especificar os documentos que estão sendo apresentados, por exemplo, documento oficial com foto – RG, carteira de habilitação, carteira profissional, etc. – diploma de conclusão de curso, currículo, etc.)

Declaro, ainda, que:

- não mantenho nenhum vínculo com qualquer agência que participará do certame, nem exerço atividade que implique a prestação de serviços ou a manutenção de relação de negócio com pessoa física ou jurídica que tenha interesse na Concorrência em comento;
- não possuo cônjuge, companheiro ou parentes, consanguíneos ou afins, em linha reta ou colateral, até o terceiro grau, e que possam ser por mim beneficiados ou influir em meus atos nesta Subcomissão Técnica;
- sendo escolhido(a), mediante sorteio, para compor a subcomissão técnica, assumo desde já o compromisso de:
 - I. eximir-me de participar, de qualquer maneira, direta ou indiretamente, inclusive de assistir à transmissão ao vivo da primeira sessão pública da licitação, em que serão entregues os invólucros pelas empresas participantes, bem como me eximo de investigar a identidade dessas proponentes e dos planos de comunicação publicitária por elas apresentados;
 - II. permanecer em sala reservada com os demais membros da subcomissão técnica durante a realização da primeira sessão pública, conforme as instruções da PMMA, de modo a resguardar o sigilo necessário quanto à autoria dos planos de comunicação publicitária;
 - III. sempre atender ao chamado da PMMA para reunir-me com os demais integrantes da subcomissão técnica para realizar os trabalhos inerentes ao julgamento técnico do certame;
 - IV. abster-me de exercer, direta ou indiretamente, atividade que em razão da sua natureza seja incompatível com as atribuições da subcomissão e com a imparcialidade da análise e julgamento das Propostas Técnicas da Concorrência em comento;
 - V. guardar sigilo sobre as informações relativas ao processo licitatório, até sua divulgação ao público e de não me utilizar de informações às quais tenha acesso em razão do exercício das minhas atividades, de modo a obter, para mim ou para outrem, vantagem de qualquer natureza;

- estou ciente de que serei responsabilizado, administrativa e criminalmente na forma da lei, por eventuais ações ou omissões que prejudiquem o curso do processo licitatório, nos termos da Lei nº 14.133/202 e Capítulo II-B do Decreto-Lei nº 2.848/1940 (Código Penal), no que couber.

Por ser expressão da verdade, firmo a presente declaração.

Monte Alegre -PA, _____ de _____ de 2025

(Assinatura)

(Nome completo)