

<b>PROCESSO Nº PA202415358</b>	<b>DATA DA ABERTURA DA SESSÃO PÚBLICA: 02/10/2024</b>
<b>HORA DO CREDENCIAMENTO: 9h00 às 9h30</b>	<b>HORÁRIO :Às 09h45</b>
<b>CONCORRÊNCIA Nº01/2024/TCM PA</b>	<b>SALA e LOCAL: Trav. Magno de Araújo, nº 474, bairro do telégrafo, no AUDITÓRIO, Sede do TCMPA.</b>
<b>TIPO DE LICITAÇÃO: TÉCNICA E PREÇO</b>	<b>RECEBIMENTOS DOS ENVELOPES: Na Sessão de Abertura dos Envelopes: às 9:45h do dia 02/10/2024, no Auditório, na Sede do TCMPA.</b>

**OBJETIVO**

Contratação de serviços de publicidade e propaganda para o Tribunal de Contas dos Municípios do Pará.

<b>Registro de Preço?</b>	<b>Vistoria</b>	<b>Instrumento Contratual</b>	<b>Forma de Adjudicação</b>
<b>NÃO</b>	<b>NÃO</b>	<b>SIM</b>	<b>TÉCNICA E PREÇO</b>
<b>Lic. Exclusiva ME/EPP?</b>	<b>Reserv. Cota ME/EPP?</b>	<b>Exige Amostra/Dem. ?</b>	
<b>NÃO</b>	<b>NÃO</b>	<b>NÃO</b>	
	<b>Pedidos de Esclarecimentos</b>	<b>Impugnações</b>	
	Até 27/09/2024 Endereço:licitacoes.cpl@tcm.pa.gov.br	Até 27/09/2024 Endereço:licitacoes.cpl@tcm.pa.gov.br	

**Informações Gerais:**

1. Este certame será conduzido pelo Presidente da Comissão Especial de Licitação RAFAEL RODRIGUES DE SOUZA, designado pela Portaria Nº 0601/2024, publicada no Diário Oficial Eletrônico do TCM-PA do dia 27/06/2024.
2. As licitantes deverão ter pleno conhecimento dos elementos constantes deste certame, das condições gerais e particulares do objeto em licitação conforme condições, descrições e quantidades integrantes no BRIEFING (Termo de Referência) - **Anexo I**.

O **TRIBUNAL DE CONTAS DOS MUNICÍPIOS DO ESTADO DO PARÁ** faz saber a quem possa interessar que a Comissão Especial de Licitação, designada pela **Portaria nº 0601/2024**, receberá e abrirá licitação na modalidade **CONCORRÊNCIA**, do tipo **TÉCNICA E PREÇO**, para contratar agência de propaganda e publicidade para prestar serviços descritos neste Edital, segundo disposições da legislação vigente, em especial o artigo 37, parágrafo 1º, da Constituição da República Federativa do Brasil, e que será processada e julgada em conformidade com a **Lei Federal nº 12.232/10; subsidiariamente pela Lei Federal nº 14.133/2021 e suas alterações**, e demais normas aplicáveis à matéria. A presente licitação reger-se-á, subsidiariamente, também, no que couber, ainda, pela Lei Federal nº 4.680, de 18 de junho de 1965, pelo Decreto Federal nº 57.690, de 1º de fevereiro de 1966, parcialmente alterado pelo Decreto nº 4.563 de 31 de dezembro 2002, pelas Normas Padrão da Atividade Publicitária, editadas pelo Conselho Executivo das Normas Padrão, reconhecidas como aplicáveis pelo Decreto n. 4.563, de 31 de dezembro de 2002, pelo Código Nacional de Autorregulamentação Publicitária, editado pelo CONAR - Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária, que, mesmo desprovido de força legal, é admitido como instrumento de disciplina ética das atividades de propaganda no País, guardando-se a possibilidade de discussão de casos que se mostrem passíveis de novos entendimentos entre as partes e, por fim, pelo Código de Ética dos Profissionais de Propaganda.

## 1. DO OBJETO

1.1 O objeto do presente contrato é a prestação de serviços de publicidade, que compreende o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e supervisão da execução externa e a distribuição de ações comunicacionais junto a públicos de interesse, para atendimento das necessidades do Tribunal de Contas dos Municípios do Pará.

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

- a) ao planejamento e à execução de pesquisas e aos outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento, relacionados à execução do contrato;
- b) à produção e à execução técnica de peças, materiais e projetos publicitários, de mídia e não mídia, criados no âmbito do contrato;
- c) à criação, à implementação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, destinadas a expandir os efeitos das mensagens e das ações publicitárias, em consonância com novas tecnologias.

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

- a) fornecedores de serviços de produção especializados ou não, necessários para a execução técnica das peças, campanhas, matérias e demais serviços conexos, previstos no item 1.1.1, alíneas “a”, “b” e “c”;
- b) veículos e outros meios de divulgação para a compra de tempo e espaço publicitários, sem qualquer restrição de mídia.

1.2. A justificativa da necessidade dessa contratação de agência de propaganda para a prestação de serviços de comunicação e de publicidade, abrange as atividades que estão especificadas no ETP e no item 2 do Termo de Referência.

=====

## 2. ANEXOS

### 2.1 Compõem o presente instrumento:

**ANEXO I** - TERMO DE REFERÊNCIA (BRIEFING)

**ANEXO II** - PLANILHA DE PREÇOS SUJEITOS À VALORAÇÃO

**ANEXO III** - MODELO DECLARAÇÃO EM ATENDIMENTO AO INCISO XXXIII, DA CONSTITUIÇÃO FEDERAL

**ANEXO IV** - MODELO DECLARAÇÃO DE RESERVA DE CARGOS PARA PESSOA COM DEFICIÊNCIA.

**ANEXO V** - MODELO DE DECLARAÇÃO DE ATENDIMENTO AOS REQUISITOS DE HABILITAÇÃO.

**ANEXO VI** - MODELO DE DECLARAÇÃO PARA MICROEMPRESAS E EMPRESAS DE PEQUENO PORTE.

**ANEXO VII** - MODELO DE PROCURAÇÃO

**ANEXO VIII** - MINUTA DE CONTRATO

**ANEXO IX** - TERMO DE CONFIDENCIALIDADE

---

---

## 3. DAS CONDIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO

**3.1 - Poderão participar** deste certame, as pessoas jurídicas regularmente constituídas interessadas em contratar com o TRIBUNAL DE CONTAS DOS MUNICÍPIOS DO ESTADO DO PARÁ - TCM/PA, cujo atividade seja compatível com o objeto licitado, devendo atender às condições fixadas neste Edital e seus anexos, inclusive quanto ao recolhimento da garantia para participar, satisfaçam os requisitos do art. 3º da Lei Federal nº 4.680, de 18 de junho de 1965, e legislação complementar e tenham obtido certificado de qualificação técnica de funcionamento, nos termos da Lei Federal nº 12.232/2010, e apresentar os documentos nele exigidos, que seja certificada pelo Conselho Executivo das Normas Padrão - CENP e esteja com seu Certificado de Qualificação Técnica em vigor, conforme o art. 4º da Lei 12.232/2010;

### **3.2. Não poderão participar desta LICITAÇÃO:**

3.2.1. Pessoa Física ou jurídica que se encontre, na data de abertura desta Concorrência, impossibilitada de participar da licitação em decorrência de sanção que lhe foi imposta.

3.2.1.1. Declarada inidônea junto a qualquer órgão ou entidade da Administração direta ou indireta no âmbito federal, estadual e municipal.

3.2.1.2. Suspensão de participação em licitação e impedimento de contratar com o TCM/PA.

3.2.1.3. O impedimento de que trata este subitem será também aplicado ao licitante que atue em substituição a outra pessoa, física ou jurídica, com o intuito de burlar a efetividade da sanção a ela aplicada, inclusive a sua controladora, controlada ou coligada, desde que devidamente comprovado o ilícito ou a utilização fraudulenta da personalidade jurídica do licitante.

3.2.2. Aquele que mantenha vínculo de natureza técnica, comercial, econômica, financeira, trabalhista ou civil com dirigente do órgão ou entidade contratante ou com agente público que desempenhe função na licitação ou atue na fiscalização ou na gestão do contrato, ou que deles seja cônjuge, companheiro ou parente em linha reta, colateral ou por afinidade, até o terceiro grau.

3.2.3. Empresas controladoras, controladas ou coligadas, nos termos da **Lei nº 6.404, de 15 de dezembro de 1976**, concorrendo entre si.

3.2.4. Pessoa Física ou jurídica que, nos 05 (cinco) anos anteriores à divulgação do Edital, tenha sido condenada judicialmente, com trânsito em julgado, por exploração de trabalho infantil, por submissão de trabalhadores a condições análogas às de escravo ou por contratação de adolescentes nos casos vedados pela legislação trabalhista.

3.2.5. Sociedade estrangeira não autorizada a funcionar no País.

3.2.6. Não poderá participar, direta ou indiretamente, da licitação ou da execução do contrato agente público

do órgão ou entidade licitante ou contratante, devendo ser observadas as situações que possam configurar conflito de interesses no exercício ou após o exercício do cargo ou emprego.

3.2.6.1. A vedação se estende a terceiro que auxilia a condução da contratação na qualidade de integrante da Subcomissão Técnica, integrante de equipe de apoio, profissional especializado ou funcionário ou representante de empresa que preste assessoria técnica.

3.2.7. Organizações da Sociedade Civil de Interesse Público – OSCIP, atuando nessa condição.

3.2.8. Pessoas jurídicas reunidas em consórcio.

#### **4. DO CREDENCIAMENTO**

4.1. No início da sessão pública o representante da licitante deverá se apresentar para **credenciamento**, junto à Comissão Especial de Licitação, doravante denominada de “CEL”, com documentação que o credencie a participar do certame e a responder pela licitante.

4.2. **O credenciamento deverá ser realizado na data e horário estipulado no preâmbulo, ou seja, no dia 02/10/2024, de 09h00min às 09h30min**, impreterivelmente, e será efetuado conforme ordem de chegada dos interessados. Vencido esse prazo, às 09h31min, a Comissão Especial declarará encerrado o credenciamento e entrega dos invólucros, momento em que se iniciará a abertura dos invólucros, **às 09:45h**, oportunidade em que não serão aceitos novos proponentes.

4.3 Os representantes deverão identificar-se, exibindo a Cédula de Identidade ou outro documento equivalente e ato constitutivo, contrato social consolidado e/ou contrato social e suas alterações, autenticados em cartório ou pela CEL, que neste caso, poderão ser autenticados no momento de seu credenciamento todos os documentos do item 4.3.

4.4 O credenciamento far-se-á através de instrumento público ou particular de procuração, com firma reconhecida, conforme modelo contido no **Anexo VII** deste edital, ou documento que comprove os necessários poderes especiais para formular ofertas e lances de preços, e praticar todos os demais atos pertinentes ao certame, em nome do licitante.

4.5 No caso de credenciamento por instrumento particular de procuração, com firma reconhecida de dirigente, sócio ou proprietário da empresa licitante, deverá ser apresentada no momento do credenciamento, cópia autenticada do respectivo Estatuto ou Contrato Social acompanhado da última alteração estatutária ou contratual, e ata de eleição da Diretoria em exercício, no qual estejam expressos os poderes do signatário para exercerem direitos e assumir obrigações em decorrência de tal investidura.

4.6 A empresa licitante deverá apresentar declaração dando ciência de que cumpre plenamente os requisitos de habilitação, conforme modelo contido no **Anexo V** deste edital.

4.7 A licitante que desejar obter os benefícios previstos no Capítulo V da Lei Complementar Federal nº. 123/06 deverá comprovar a condição de Microempresa ou de Empresa de Pequeno Porte, no momento do seu credenciamento, conforme modelo de Declaração de Condição de ME ou EPP - **Anexo VI**.

4.8. A Declaração em que se refere ao item 4.7 deverá ser entregue pela licitante quando do credenciamento de seu representante, sob pena de perda do direito aos benefícios que lhe são conferidos pela Lei 123/2006.

4.9 A Microempresa e a Empresa de Pequeno Porte ou Equiparada que apresentarem restrições na documentação relativa à comprovação de regularidade fiscal e trabalhista deverá apresentar declaração, assumindo o compromisso de promover sua regularização, caso formule o lance vencedor, se comprometendo apresentar dentro do envelope de habilitação, as certidões, ainda que irregulares.

4.10 Será assegurado o prazo de 5 (cinco) dias úteis, cujo termo inicial corresponderá ao momento em que a ME ou EPP for declarada “habilitada com restrição” no certame, prorrogáveis por igual período, a critério da Comissão Especial de Licitação - CEL, para regularização da documentação.

4.11 A não regularização da documentação fiscal no prazo previsto, implicará na inabilitação da ME ou EPP, sem prejuízo das **sanções previstas na Lei 14.133/2021**.

4.12. Não se aplica a este certame a regra do empate ficto por não se tratar de licitação por menor preço.

4.13 As declarações a que se referem as cláusulas do item 4 deste Edital deverão ser entregues pela licitante quando do CREDENCIAMENTO de seu representante FORA DE QUALQUER ENVELOPE, juntamente com os documentos exigidos para credenciamento.

4.14 Caso a empresa participante não queira credenciar um representante legal, deverá entregar diretamente a Comissão Especial de Licitação - CEL ou protocolizar no setor de protocolo deste Tribunal, um envelope em SEPARADO, com os dizeres CREDENCIAMENTO (dentro deste envelope deverão constar além destas declarações, os demais documentos do item 4 - credenciamento) sob pena de ser DECLARADO NÃO PARTICIPANTE E/OU PERDA DO DIREITO aos benefícios que lhe são conferidos pela Lei Complementar Federal nº 123/2006.

4.15 A licitante que não contar com representante presente na sessão ou, ainda que presente, não puder praticar atos em seu nome por conta da apresentação de documentação de credenciamento defeituosa, ficará impedido de anuir, transigir ou renunciar a direitos em nome da empresa.

4.16.O credenciamento do licitante ou de seu representante legal junto à Comissão Especial de Licitação - CEL implica a responsabilidade legal pelos atos praticados e a presunção de sua capacidade legal para a realização das transações inerentes à Concorrência.

4.17 A Comissão Especial de Licitação - CEL deixa claro que não será disponibilizada, aos licitantes, cópia reprográfica de quaisquer dos documentos solicitados. Toda a documentação mencionada nos itens acima deverá ser apresentada em via a ser disponibilizada de forma definitiva, sob pena de não credenciamento.

4.18 Será admitida apenas 01 (um) representante para cada licitante, sendo que cada um deles poderá representar apenas uma empresa/ licitante.

4.19 A documentação apresentada na primeira sessão de recepção e abertura das propostas credencia o representante a participar das demais sessões. Na hipótese de substituição do representante já credenciado no decorrer do processo licitatório, deverá ser apresentado novo credenciamento de substituição.

## 5. DA FORMA DE APRESENTAÇÃO DAS PROPOSTAS

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

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

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

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

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

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

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

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

\* em papel A4 branco, fosco, 75 g/m<sup>2</sup>;

\* espaçamento de 2cm na margens direita, esquerda, superior e inferior, a partir da borda;

\* sem recuos nos parágrafos e linha subsequentes;

\* com uma folha em branco na frente e outra no final do caderno;

\* com texto justificados;

\* com espaço “simples” entre linhas;

\* com texto em fonte “arial”, tamanho 12 pontos;

\* com numeração em todas as páginas a partir da primeira interna, em algarismos, no canto inferior direito da página;

\* em caderno único de até 30 páginas;

\* sem identificação da licitante.

\* encadernado em espiral preta no lado esquerdo, com capa plástica transparente na frente e preta atrás;

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

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

5.1.1.1.5. **O PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA VIA NÃO IDENTIFICADA** não poderá conter informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que permita a identificação de sua autoria.

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

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

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

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

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

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

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

5.1.1.5.2. O invólucro n.º 3 e os documentos nele acondicionados (Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação) não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via não Identificada e que permita a identificação de sua autoria, antes da abertura do invólucro n.º 2.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

**6.1.2. CAPACIDADE DE ATENDIMENTO:**

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

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

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

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

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

6.1.3.1. Deverão ser apresentadas 05 (cinco) peças, independentemente do meio de divulgação, do tipo, características da peça, todas veiculadas ou expostas a partir de 2020.

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

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

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

## 7. DA REMUNERAÇÃO E DA PROPOSTA DE PREÇO

7.1. O valor estimado para a execução do Contrato dar-se-á anualmente pelas dotações orçamentárias do Tribunal de Contas dos Municípios do Estado do Pará.

7.1.1. Para o exercício de 2024, estima-se o **valor anual de R\$1.350.000,00 (um milhão, trezentos e cinquenta mil reais)**.

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

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

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

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

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

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

### 7.2. A política de negociação:

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

e serviços externos;

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

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

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

separadamente com cada órgão, autarquia, empresa, fundação, sociedade de economia mista ou outro tipo de entidade governamental.

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

## **8. DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO**

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

### **8.1.1. Habilitação Jurídica**

a) ato constitutivo, estatuto ou contrato social e suas respectivas alterações, devidamente registrado no órgão competente, acompanhado de documentos de eleição de seus administradores, no caso de sociedades por ações, bem como cópia e original dos documentos de identidade dos sócios;

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

c) Alvará de Funcionamento.

### **8.1.2. Regularidade Fiscal**

a) prova de inscrição no Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica – CNPJ(MF);

b) prova de inscrição no cadastro de contribuintes municipal, relativa à sede da licitante, pertinente ao seu ramo de atividade e compatível com o objeto desta Concorrência;

c) Certidão Conjunta Negativa de Débitos Relativos a Tributos Federais e à Dívida Ativa da União, expedida por órgãos da Secretaria da Receita Federal do Brasil e da Procuradoria-geral da Fazenda Nacional com jurisdição sobre o local da sede da licitante;

d) Certidão Negativa de Débito expedida pela Secretaria de Finanças (ou órgão equivalente no Município) do Município em que estiver localizada a sede da licitante;

e) Certidão Negativa de Débito expedida pela Secretaria de Finanças (ou órgão equivalente no Estado) do Estado em que estiver localizada a sede da licitante;

f) Certidão Negativa de Débito junto à Previdência Social – CND, em vigor na data de apresentação dos documentos de habilitação;

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

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

### **8.1.3. Regularidade Trabalhista**

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

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

#### **8.1.5. Qualificação Técnica:**

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

b) Comprovante de registro ou inscrição da licitante na entidade profissional competente: Sindicato das Agências de Propaganda de sua base territorial ou Associação Brasileira de Agências de Publicidade – ABAP, Art. 67, inciso V, da lei 14.133 de 2021).

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

d) Declaração de possibilidade operacional em Belém, Pará, subscrita por representante legal da empresa.

e) Certificado de qualificação técnica de funcionamento perante o Conselho Executivo das Normas-Padrão (CENP), na forma exigida pelo art. 4º, §1º, da Lei Federal 12.232/2010

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

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

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

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

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

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

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

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

a) em nome da licitante e com o n.º do CNPJ e endereço respectivo;

b) todos em nome da matriz ou todos em nome da filial, exceto aqueles que só possam ser fornecidos pela matriz; e

c) não serão aceitos documentos cujas datas estejam rasuradas.

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

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

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

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

determinados neste Edital.

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

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

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

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

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

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

a) das características do Tribunal de Contas dos Municípios do Estado do Pará e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária;

b) da natureza, da extensão e da qualidade das relações do Tribunal de Contas dos Municípios do Estado do Pará com seus públicos;

c) do papel do Tribunal de Contas dos Municípios do Estado do Pará no atual contexto social, político e econômico;

d) do problema específico de comunicação do Tribunal de Contas dos Municípios do Estado do Pará.

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

a) a adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza e à qualificação do Tribunal de Contas dos Municípios do Estado do Pará e a seu problema específico de comunicação; b) a riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação do Tribunal de Contas dos Municípios do Estado do Pará com seus públicos;

c) a adequação da estratégia de comunicação publicitária proposta para solução do problema específico de comunicação do Tribunal de Contas dos Municípios do Estado do Pará;

d) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta, objetivos do Tribunal de Contas dos Municípios do Pará e a verba disponível.

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

a) sua adequação ao problema específico de comunicação do Tribunal de Contas dos Municípios do Estado do Pará;

b) a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;

c) a cobertura dos segmentos de público ensejada por essas interpretações;

d) a originalidade da combinação dos elementos que a constituem;

e) a simplicidade da forma sob a qual se apresenta;

f) sua pertinência às atividades do Tribunal de Contas dos Municípios do Estado do Pará e à sua inserção na sociedade;

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

a) o conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público prioritários;

b) a capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos;

c) a consistência do plano simulado de distribuição das peças em relação às duas alíneas anteriores;

d) a pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos próprios de comunicação do Tribunal de Contas dos Municípios do Estado do Pará;

e) a economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição de peças;

#### **9.4.2. Capacidade de Atendimento:**

a) o tempo de experiência profissional em atividades publicitárias;

b) a adequação das qualificações à estratégia de comunicação publicitária do Tribunal de Contas dos

Municípios do Estado do Pará;

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

#### **9.4.3. Repertório:**

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

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

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

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

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

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

- a.1) Raciocínio Básico: Máximo – 10 (dez) pontos
- a.2) Estratégia de Comunicação Publicitária: Máximo de 10 (dez) pontos
- a.3) Ideia Criativa: Máximo de 10 (dez) pontos
- a.4) Estratégia de mídia e não mídia 10 (dez) pontos
- b) Capacidade de Atendimento: Máximo de 10 (dez) pontos
- c) Repertório: Máximo de 15 (quinze) pontos
- d) Relato de Soluções de Problemas de Comunicação: Máximo de 15 (quinze) pontos

9.5.2. A pontuação final de cada Proposta Técnica será definida pela soma das notas atribuídas a cada um dos fatores relacionados no item 9.5.1 supra, completando o total de até 80 (oitenta) pontos.

9.5.2.1. As propostas que não obtiverem a nota mínima de 60 (sessenta) pontos serão desclassificadas.

9.5.2.2. As propostas que obtiverem nota igual ou superior a 60 (sessenta) pontos serão classificadas em ordem decrescente, a partir da que acumular maior pontuação.

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

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

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

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

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

10.2.2. 08 (oito) pontos para a agência que der o máximo desconto nos honorários incidentes sobre o custo junto a fornecedores especializados em produção, suprimentos e serviços externos, quando a responsabilidade da mesma limitar-se, exclusivamente, à contratação ou pagamento da produção, serviço ou suprimento, até o limite de 5% (cinco por cento) de desconto. Para as demais propostas será concedida a

fração de 1,6 ponto (um quinto da máxima pontuação) para cada 1% (um por cento) de desconto de redução nos honorários dos 10% (dez por cento) originais, até o limite de 5% (cinco por cento) de desconto;

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

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

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

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

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

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

**10.3. Da Nota Final:**

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

$NF = \text{Nota Final da Proposta Técnica} + \text{Nota de Preço}$

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

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

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

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

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

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

## **11. DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA**

11.1. A Subcomissão Técnica será constituída por 03 (três) membros formados em comunicação, publicidade ou marketing, ou que atuem em uma destas áreas, sendo que, no mínimo, 1/3 (um terço) deles não poderá manter nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto com o Tribunal de Contas dos Municípios do Estado do Pará.

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

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

11.2.2. Até 48 (quarenta e oito) horas antes do sorteio, qualquer interessado poderá impugnar pessoa

constante da relação publicada, desde que tenha fundamentação jurídica para tanto.

11.2.3. O sorteio será processado de modo a garantir o preenchimento das vagas da Subcomissão Técnica, de acordo com a proporcionalidade do número de membros que mantenham ou não vínculo com o Tribunal de Contas dos Municípios do Estado do Pará.

## **12. DOS PROCEDIMENTOS GERAIS**

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

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

12.1.2. Serão lavradas atas circunstanciadas de todas as reuniões, as quais serão assinadas pelos membros da CEL ou da Subcomissão, conforme o caso, e pelos representantes das licitantes presentes que assim o desejarem.

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

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

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

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

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

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

- a) identificar os representantes das licitantes, por meio do documento exigido no item 4;
- b) receber os invólucros n.º 1, n.º 2, n.º 3 e n.º 4;
- c) conferir se os invólucros n.º 1 apresentam em sua parte externa alguma menção que identifique a empresa licitante, ocorrência que impedirá a Comissão de receber também todos os seus demais invólucros;
- d) abrir os invólucros n.º 1 e 3.

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

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

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

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

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

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

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

- a) abertura dos invólucros n.º 2, contendo a via identificada do Plano de Comunicação Publicitária;
- b) cotejo entre as vias identificadas e não identificadas do Plano de Comunicação Publicitária, para determinação de sua autoria;
- c) elaboração de planilha geral da Proposta Técnica (invólucro n.º 1 + invólucro n.º 3), registrando-se em ata

a ordem de classificação e as propostas desclassificadas;

d) publicação do resultado do julgamento da Proposta Técnica, com indicação da licitante classificada e das desclassificadas, abrindo prazo para interposição de recurso nos termos do [art. 165, inciso I, alínea b, da lei 14.133 de 2021](#).

12.6. Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido desistência do mesmo, ou ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, serão marcados data, hora e local para abertura dos invólucros n.º 4, em sessão pública, contendo a Proposta de Preços.

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

a) abertura dos invólucros n.º 4, cujos documentos serão rubricados pelos membros da CEL e pelos representantes das licitantes presentes ou por comissão por elas indicada;

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

c) declarar vencedora desta Concorrência a licitante mais bem classificada na soma da Proposta Técnica e de Preço;

d) publicação do resultado final, por ordem de classificação, abrindo-se prazo para interposição de recurso, nos termos do que **dispõe o art. 165, inciso I, alínea b, da lei 14.133 de 2021**.

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

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

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

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

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

a) nas reuniões de abertura dos invólucros;

b) no Diário Oficial Eletrônico do TCM;

c) por qualquer outro meio que permita comprovação inequívoca do recebimento da comunicação pelas licitantes.

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

13.1. Qualquer cidadão é parte legítima para impugnar edital de licitação por irregularidade na aplicação de **lei 14.133 de 2021**, devendo protocolar o pedido até 5 (cinco) dias úteis antes da data fixada para a dos invólucros de habilitação, em observância ao [art. 164 da lei 14.133 de 2021](#).

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

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

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

13.5. A anulação do procedimento licitatório por motivo de ilegalidade não gera obrigação de indenizar, ressalvado o disposto no parágrafo único do [art. 149, da lei 14.133 de 2021](#).

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

### **14. DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA**

14.1. As despesas decorrentes desta licitação correrão por conta das seguintes dotações orçamentárias:

- a) 03101.01.131.1454-8745 - Publicidade Institucional. Fonte: 01500000001. Elemento de Despesa: 339039.
- b) 03101.01.122.1454-8559 -Operacionalização da Gestão Administrativa. Fonte: 01500000001. Elemento de Despesa: 339039.

## 15. CONDIÇÕES CONTRATUAIS

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

15.1.1. Caso a licitante vencedora se recuse a assinar o contrato no prazo acima estipulado, o Tribunal de Contas dos Municípios do Estado do Pará poderá, a seu critério, convocar as licitantes remanescentes, na ordem de classificação final, para assinar o contrato em igual prazo e nas mesmas condições estabelecidas na proposta de menor preço, ou revogar esta Concorrência, independentemente da cominação prevista no **art. 90 da lei 14.133 de 2021, §5º**.

15.2. Se alguma licitante vencedora se recusar a assinar o contrato, o Tribunal de Contas dos Municípios do Estado do Pará lhe aplicará multa compensatória de 10% (dez por cento), calculada sobre o valor total estimado da contratação, além de poder lhe aplicar outras sanções e penalidades previstas na **Lei nº 14.133 de 2021**.

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

15.3.1. Esse prazo poderá ser prorrogado, a juízo do Tribunal de Contas dos Municípios do Estado do Pará, mediante acordo entre as partes, por períodos iguais e sucessivos, nos termos do **art. 106 da lei nº 14.133 de 2021**.

15.4. O Tribunal de Contas dos Municípios do Estado do Pará poderá rescindir, a qualquer tempo, o contrato que vier a ser assinado, independentemente de interpelação judicial ou extrajudicial, sem que assista à contratada qualquer espécie de direito, nos casos previstos na **Lei nº 14.133/21** e no contrato a ser firmado entre as partes, com a exceção do que estabelece o **art. 138, § 2º da lei 14.133 de 2021**.

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

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

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

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

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

## 16. REMUNERAÇÃO E PAGAMENTOS

A remuneração e o pagamento estão devidamente especificados nos **itens 10.5** do Termo de Referência e Cláusula Décima Segunda da minuta do Contrato.

## 17. GARANTIAS CONTRATUAIS

17.1 A futura contratada deverá prestar garantia pela execução das obrigações assumidas, correspondente a 5% (cinco por cento) do valor do contrato, cabendo à mesma optar por uma das seguintes modalidades de garantia previstas nos incisos II e III do art. 96 da Lei 14.133/2021.

17.2. A garantia contratual deverá ter validade durante a execução do contrato e 90 (noventa) dias após o término da vigência contratual, devendo ser renovada a cada prorrogação.

17.3. A contratada deverá apresentar no prazo de 10 (dez) dias úteis, prorrogáveis por igual período, a critério do órgão contratante, contados da assinatura do contrato, comprovante de prestação de garantia;

## 18. DA SUBCONTRATAÇÃO

Será permitida nos estritos termos do **item 1.1.2 deste Termo de Referência**.

## 19. DOS DIREITOS AUTORAIS (Lei nº 9.610/1998)

Os direitos autorais foram devidamente especificados na cláusula Décima Oitava do Anexo VIII - Minuta do Contrato.

## 20. DISPOSIÇÕES FINAIS

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

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

20.3. É proibido a qualquer licitante tentar impedir o curso normal do processo licitatório mediante a utilização de recursos ou de meios meramente protelatórios, sujeitando-se a autora às sanções legais e administrativas aplicáveis, conforme **prever a lei nº 14.133 de 2021**

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

20.5. Correrão por conta do Tribunal de Contas dos Municípios do Estado do Pará as despesas que incidirem sobre a formalização do contrato, aí incluídas as decorrentes de sua publicação, que deverá ser efetivada em extrato, no Diário Oficial Eletrônico do TCM/PA, bem como no Portal Nacional de Contratações Públicas, na forma prevista no [art. 94 da lei 14.133 de 2021](#).

20.6. Esclarecimentos sobre esta Concorrência serão prestados pela CEL desde que recebidos até 05 (cinco) dias antes da data para a apresentação dos invólucros contendo as Propostas, exclusivamente mediante solicitação por escrito, protocolizada de segunda a sexta-feira, das 8h às 16h, no seguinte endereço: Trav. Magno de Araújo, nº 474, bairro do Telégrafo, Belém - Pará, CEP 66.113-055, aos cuidados da Diretoria de Administração – DAD - Seção de Contratos, Convênios e Licitações - SCCL, ou pelo fone 3210-7819 e através do e-mail: [licitacoes.cpl@tcm.pa.gov.br](mailto:licitacoes.cpl@tcm.pa.gov.br)

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

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

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

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

Belém, 13 de agosto de 2024.

**RAFAEL RODRIGUES DE SOUZA**  
Presidente da Comissão Especial de Licitação

## **ANEXO I**

### **TERMO DE REFERÊNCIA**

### **BRIEFING**

#### **1. DAS CONDIÇÕES GERAIS DA CONTRATAÇÃO**

**1.1. Objeto:** O objeto do presente contrato é a prestação de serviços de publicidade, que compreende o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e supervisão da execução externa e a distribuição de ações comunicacionais junto a públicos de interesse, para atendimento das necessidades do Tribunal de Contas dos Municípios do Pará.

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

- a)** ao planejamento e à execução de pesquisas e aos outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento, relacionados à execução do contrato;
- b)** à produção e à execução técnica de peças, materiais e projetos publicitários, de mídia e não mídia, criados no âmbito do contrato;
- c)** à criação, à implementação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, destinadas a expandir os efeitos das mensagens e das ações publicitárias, em consonância com novas tecnologias.

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

- a)** fornecedores de serviços de produção especializados ou não, necessários para a execução técnica das peças, campanhas, matérias e demais serviços conexos, previstos no **item 1.1.1, alíneas “a”, “b” e “c”**;
- b)** veículos e outros meios de divulgação para a compra de tempo e espaço publicitários, sem qualquer restrição de mídia.

#### **2. DA NECESSIDADE DA CONTRATAÇÃO - JUSTIFICATIVA**

A identidade institucional do Tribunal de Contas dos Municípios do Pará (TCMPA), definida pela visão de ser uma instituição de excelência em controle externo, é reconhecida pela sociedade como essencial para o aprimoramento da gestão pública. Este reconhecimento pressupõe a conscientização, o conhecimento e a participação ativa dos cidadãos nas atividades fiscalizatórias e orientativas realizadas pela Corte, garantindo assim maior eficácia nos resultados e impactos desejados.

Os objetivos estabelecidos no **Plano Estratégico 2015-2030 do TCMPA** reforçam a importância do reconhecimento social e interinstitucional do papel desempenhado pelo Tribunal, destacando a necessidade de uma comunicação eficaz e transparente com todos os públicos, incluindo jurisdicionados, servidores e sociedade em geral.

##### **Necessidade de Contratação**

Há a necessidade de contratar uma agência de propaganda para a prestação de serviços de comunicação e de publicidade, abrangendo as atividades que estão especificadas no ETP e neste Termo de Referência.

O objetivo desta contratação é promover uma ampla divulgação das iniciativas do TCMPA, informar sobre os serviços disponíveis aos jurisdicionados e à sociedade, incentivar a participação popular na fiscalização das contas públicas, disseminar informações precisas sobre temas de interesse público, motivar a participação dos jurisdicionados em ações promovidas pela Corte de Contas, manter todos informados sobre as legislações vigentes para assegurar a correta utilização dos recursos públicos e conscientizar a população sobre a missão, visão e valores do TCMPA.

Desta maneira, reforça-se a importância da transparência na divulgação das atividades do Tribunal, alinhando-se aos princípios fundamentais da Administração Pública, como o da publicidade, que engloba a

transparência, acessibilidade, integralidade e integridade das informações administrativas e financeiras, garantindo que tais informações sejam acessíveis a membros, servidores, estagiários, terceirizados, jurisdicionados e ao público em geral.

### **Previsão no Plano De Contratações Anual**

A presente contratação encontra respaldo institucional, conforme previsão no Contratações Anual de 2024, estando alinhado com o Planejamento da Administração.

### **3. REQUISITOS DA CONTRATAÇÃO**

Para que o objeto da contratação seja contratado, é necessário o atendimento de alguns requisitos de acordo com as características do objeto, dentre eles, os de qualidade e capacidade de execução pelo contratado, minimamente, os dispostos nos [artigos 62, 66, 67, 68 e 69 da Lei n. 14.133/2021](#) e também as constantes da norma especial - **Lei no. 12.232, de 29 de abril de 2010**.

Sendo assim, os documentos exigidos serão:

#### **3.1. Habilitação Jurídica: (art. 66)**

3.1.1. No caso de empresário individual: inscrição no Registro Público de Empresas Mercantis, a cargo da Junta Comercial da respectiva sede;

3.1.2. Em se tratando de microempreendedor individual – MEI: Certificado da Condição de Microempreendedor Individual - CCMEI, cuja aceitação ficará condicionada à verificação da autenticidade no sítio [www.portaldoempreendedor.gov.br](http://www.portaldoempreendedor.gov.br);

3.1.3. No caso de sociedade empresária ou empresa individual de responsabilidade limitada - EIRELI: ato constitutivo, estatuto ou contrato social em vigor, devidamente registrado na Junta Comercial da respectiva sede, acompanhado de documento comprobatório de seus administradores;

3.1.4. Inscrição no Registro Público de Empresas Mercantis onde opera, com averbação no Registro onde tem sede a matriz, no caso de ser o participante sucursal, filial ou agência;

3.1.5. No caso de sociedade simples: inscrição do ato constitutivo no Registro Civil das Pessoas Jurídicas do local de sua sede, acompanhada de prova da indicação dos seus administradores;

3.1.6. No caso de cooperativa: ata de fundação e estatuto social em vigor, com a ata da assembleia que o aprovou, devidamente arquivado na Junta Comercial ou inscrito no Registro Civil das Pessoas Jurídicas da respectiva sede, bem como o registro de que trata o art. 107 da Lei Federal nº 5.764, de 16 de dezembro de 1971;

3.1.7. Os documentos acima deverão estar acompanhados de todas as alterações ou da consolidação respectiva;

#### **3.2. Regularidade fiscal e trabalhista: (art. 68)**

3.2.1. Prova de inscrição no Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas ou no Cadastro de Pessoas Físicas, conforme o caso;

3.2.2. Prova de regularidade fiscal perante a Fazenda Nacional, mediante apresentação de certidão expedida conjuntamente pela Secretaria da Receita Federal do Brasil (RFB) e pela Procuradoria-Geral da Fazenda Nacional (PGFN), referente a todos os créditos tributários federais e à Dívida Ativa da União (DAU) por elas administrados, inclusive aqueles relativos à Seguridade Social, nos termos da Portaria Conjunta nº 1.751, de 2014, do Secretário da Receita Federal do Brasil e da Procuradora-Geral da Fazenda Nacional.

3.2.3. Prova de regularidade com o Fundo de Garantia do Tempo de Serviço (FGTS);

3.2.4. Prova de inexistência de débitos inadimplidos perante a Justiça do Trabalho, mediante a apresentação de certidão negativa ou positiva com efeito de negativa, nos termos do Título VII-A da Consolidação das Leis do Trabalho, aprovada pelo Decreto Lei Federal nº 5.452, de 1º de maio de 1943;

3.2.5. Prova de regularidade com a Fazenda Estadual e Municipal do domicílio ou sede da empresa, relativa à atividade em cujo exercício contrata ou concorre;

#### **3.3. Regularidade Econômico-Financeira: (art. 69)**

- a) balanço patrimonial, demonstração de resultado de exercício e demais demonstrações contábeis dos 2 (dois) últimos exercícios sociais;
- b) certidão negativa de feitos sobre falência expedida pelo distribuidor da sede do licitante.
- c) a boa situação financeira de todas as licitantes classificadas será avaliada pelos Índices de Liquidez Geral (LG), Solvência Geral (SG) e Liquidez Corrente (LC), iguais ou maiores que 1 (um), resultantes da aplicação das fórmulas abaixo, com os valores extraídos de seu balanço patrimonial:

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

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

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

A licitante deverá apresentar declaração, assinada por profissional habilitado da área contábil, que ateste o atendimento pelo licitante dos índices econômicos previstos no edital.

### 3.4. Qualificação Técnica e Profissional: (art. 67)

3.4.1. Prova de aptidão para desempenho da atividade pertinente e compatível com o objeto desta licitação, por meio de apresentação de atestado (s) ou declaração(s) de capacidade técnica em nome da licitante, expedido por pessoa de direito público ou privado, que comprove(m) ter a licitante executado serviços de propaganda e/ou publicidade e de comunicação.

3.4.2. Comprovante de registro ou inscrição da licitante na entidade profissional competente:

Sindicato das Agências de Propaganda de sua base territorial ou Associação Brasileira de Agências de Publicidade -ABAP, para atendimento do art. 67, inciso V, da Lei 14.133/2021.

3.4.3. Certificado de qualificação técnica de funcionamento perante o Conselho Executivo das Normas-Padrão (CENP), na forma exigida pelo art. 4º, §1º, da Lei Federal 12.232/2010.

### 3.5. Dos Outros Documentos:

3.5.1. Declaração de possibilidade operacional em Belém, Pará, subscrita por representante legal da empresa.

3.5.2. Para cumprimento do disposto no [inciso VI do art. 68 da Lei nº 14.133/21](#) e do [inciso XXXIII do art. 7º da Constituição Federal](#), a empresa deverá apresentar Declaração de que a empresa não possui em seu quadro de pessoal, empregado menor de dezoito anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre e de dezesseis anos em qualquer trabalho, salvo na condição de aprendiz, nos termos do [inciso XXXIII do art.7º da Constituição Federal](#), conforme modelo em anexo a este Termo (Anexo I);

3.5.3. A empresa deverá apresentar **Declaração de Reserva de Cargos para Pessoa com Deficiência** conforme disposto no [art. 93 da Lei nº 8.213, de 24 de julho de 1991](#) e [artigo 63 e o inciso XVII, artigo 92 da Lei Federal nº 14.133/21 \(Anexo II\)](#).

3.5.4. Por tratar-se de necessidade permanente da Instituição, de acordo com o [art. 6º, XV da Lei nº 14.133, de 2021](#), é considerado como serviço contínuo **sem dedicação exclusiva de mão de obra, sendo celebrado contrato com a adjudicatária, com vigência de 5 (cinco) anos**, de acordo com o [art. 106 da Lei no 14.133, de 2021](#) e conforme modelo a ser elaborado pelo setor competente.

3.5.5 O prazo de vigência da contratação será de 12 meses, contados da assinatura do contrato, prorrogável por até 10 anos, na forma dos artigos 106 e 107 da Lei nº 14.133, de 2021.

## 4 e 5. ESTIMATIVA DAS QUANTIDADES E DO VALOR DA CONTRATAÇÃO

A solução está estimada em **R\$ 1.350.000,00 (um milhão e trezentos e cinquenta mil reais)**, para um **período de 12 (doze) meses**, sendo que para publicidade e propaganda, em R\$ 1.300.000,00 (um milhão e

## EDITAL DA CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2024/TCM/PA - SOB O TIPO: TÉCNICA E PREÇO

trezentos mil reais), e para serviços de comunicação R\$ 50.000,00 (cinquenta mil reais), o valor do novo contrato conforme as informações abaixo, subsidiadas pelo Estudo Técnico Preliminar.

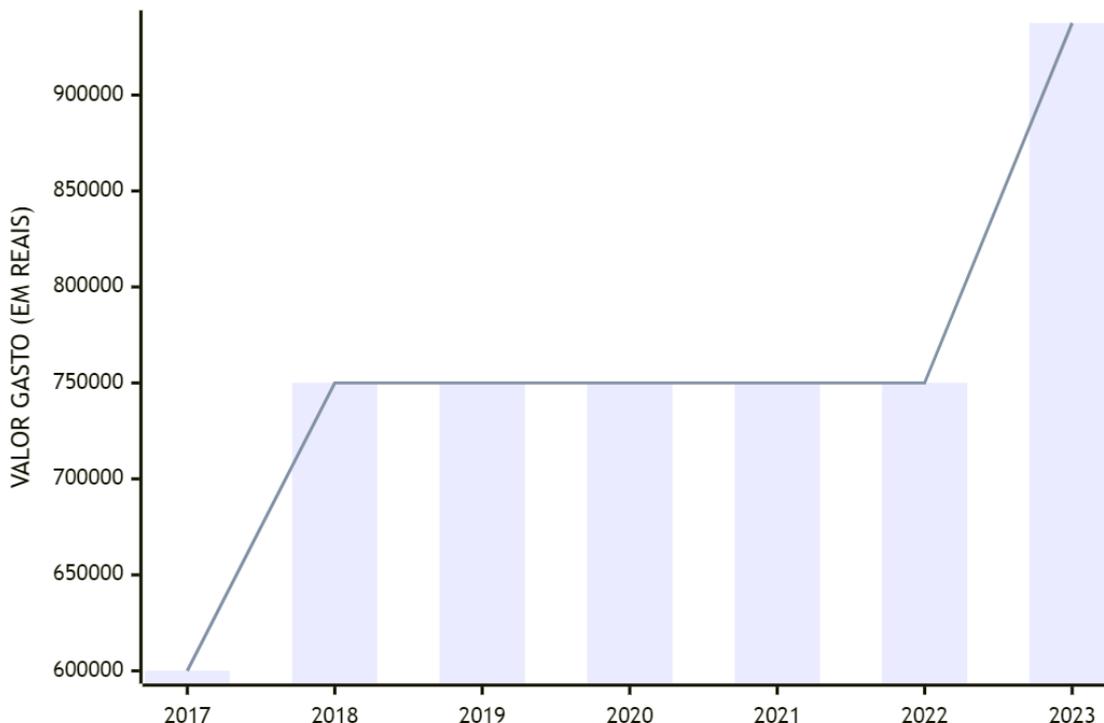
<i>Contratações anteriores do TCM PA</i>	<i>X</i>
Contratações de Outros Órgãos.	Não consta
Consulta a fornecedores do ramo.	Não consta
Consulta em sites de amplo domínio.	Não consta

Contrato	Descrição/Objeto	Valor
010/2017	A) A prestação de serviços publicitários, compreendendo: estudo, planejamento, conceituação, concepção, criação, execução interna, intermediação e supervisão da execução externa, bem como a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação; B) Planejamento e execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidos os materiais e ações publicitária, ou sobre os resultados das campanhas realizadas; C) A produção e execução técnica das peças e projetos publicitários criados; D) A criação e o desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando a expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias.	R\$ 600.000,00
Alterações	Alteração no valor original do contrato com implementação do acréscimo de 25% (vinte e cinco por cento) na ordem de R\$ 150.000,00 (cento e cinquenta mil reais) <i>OBS: acréscimo concedido no segundo termo aditivo ao contrato em tela, passando o valor do contrato a ser de R\$ 750.000,00 (setecentos e cinquenta mil reais).</i>	

Contrato	Descrição/Objeto	Valor
----------	------------------	-------

067/2022	<p>A) A prestação de serviços publicitários ora contratados, compreende: estudo, planejamento, conceituação, concepção, criação, execução interna, intermediação e supervisão da execução externa, bem como a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação;</p> <p>B) planejamento e execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidos os materiais e ações publicitárias, ou sobre os resultados das campanhas realizadas;</p> <p>C) a produção e execução técnica das peças e projetos publicitários criados;</p> <p>D) a criação e o desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando a expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias.</p>	R\$ 700.000,00
Alterações	<p><i>Acréscimo de 25% (vinte e cinco) por cento ao valor inicial estimado atualizado do contrato, importando na implementação de R\$ 187.500,00 (cento e oitenta e sete mil e quinhentos reais), passando o valor global estimado do contrato a ser de R\$ 937.500,00 (cento e oitenta e sete mil e quinhentos reais).</i></p>	

### EVOLUCAO DO GASTO COM CONTRATO DE PUBLICIDADE



Do exposto, **tem-se estimado o valor anual de R\$ 1.350.000,00 ( um milhão e trezentos e cinquenta mil reais)**, para um período de 12 (doze) meses, em razão da série histórica da evolução dos gastos com o objeto da contratação, podendo esse valor ser alterado para mais (circunstância demonstrada no gráfico), frente também aos impactos que serão causados pela realização da COP 30, na capital do Estado do Pará.

## 6. LEVANTAMENTO DE MERCADO

Foi realizado o levantamento de mercado visando a buscar a melhor solução para o problema existente, sendo estudados processos de contratações semelhantes feitas por este e outros órgãos na região, por meio de consultas a outros editais, com a finalidade de identificar a existência de novas metodologias, tecnologias ou inovações que melhor atendessem às necessidades da Administração.

No cenário atual, onde a comunicação eficaz se tornou um pilar fundamental para o sucesso de qualquer instituição, o Tribunal de Contas dos Municípios do Pará (TCMPA) reconhece a importância crítica de se aliar a uma empresa especializada em publicidade e propaganda. Esta decisão estratégica visa não apenas elevar o nível de suas iniciativas de comunicação, mas também garantir que suas mensagens alcancem seu público-alvo com precisão, criatividade e impacto.

Dentro das possibilidades verificadas, observou-se como possível o uso da equipe interna e por outro lado a contratação de uma empresa especializada. Considerou-se mais adequada a segunda opção pelos motivos a seguir:

- **Expertise Diferenciada:** Empresas especializadas em publicidade e propaganda trazem um arsenal de conhecimentos técnicos e criativos atualizados, que transcendem a capacidade de uma equipe interna. Eles estão na vanguarda das tendências de marketing, técnicas de comunicação visual e estratégias digitais, garantindo que o TCMPA se destaque em um ambiente competitivo.
- **Eficiência e Economia de Recursos:** A contratação de especialistas libera o valioso tempo e recursos do TCMPA, permitindo que sua equipe se concentre nas competências centrais e objetivos institucionais. Empresas de publicidade e propaganda oferecem soluções sob medida que maximizam o retorno sobre o investimento, eliminando a necessidade de um processo de aprendizado caro e demorado para os funcionários internos.
- **Inovação e Criatividade sem Limites:** Com acesso às ferramentas avançadas e uma equipe diversificada de criativos e estrategistas, uma empresa especializada é capaz de produzir campanhas inovadoras que capturam a essência do TCMPA, transmitindo sua mensagem de forma eficaz aos jurisdicionados.
- **Resultados Mensuráveis:** A expertise desses especialistas não se limita à criação de conteúdo atraente; eles também fornecem análises detalhadas e métricas de desempenho, garantindo que cada campanha gere o impacto desejado e contribua para os objetivos estratégicos do TCMPA.

## 7. DESCRIÇÃO DA SOLUÇÃO COMO UM TODO:

**Planejamento e Definição de Objetivos:** O processo começa com o Tribunal de Contas dos Municípios do Pará definindo claramente seus objetivos de comunicação, publicidade e propaganda. Isso inclui identificar o público-alvo, as mensagens-chave, os resultados esperados e o orçamento disponível. A compreensão profunda dos objetivos ajudará na escolha do fornecedor mais adequado.

**1. Seleção do Fornecedor:** A seleção de um fornecedor ou agência de publicidade envolve a solicitação de propostas de várias empresas, que será necessariamente realizada pela modalidade concorrência por força da **Lei 12.232/2010**. Cada proposta deve ser avaliada com base na normatividade citada acima.

**2. Desenvolvimento da Estratégia e Criação:** Por ocasião da execução contratual e em colaboração com o fornecedor, o Tribunal analisará a estratégia de comunicação e de publicidade, que incluem a seleção de canais de mídia, a criação de conteúdo e a definição de cronogramas. A fase de criação envolve a produção de materiais de publicidade, como anúncios impressos, digitais, audiovisuais, entre outros.

**3. Implementação e Lançamento da Campanha:** Com a estratégia e os materiais de comunicação e de publicidade prontos, a campanha é lançada. Isso pode incluir a - distribuição de peças em diversas plataformas, execução de eventos promocionais ou outras atividades de engajamento do público.

**4. Monitoramento e Ajustes:** É crucial monitorar o desempenho da campanha em tempo real para fazer ajustes conforme necessário. Isso pode envolver a alteração de mensagens, realocação de orçamento entre canais ou a otimização de anúncios.

**5. Avaliação de Resultados e Feedback:** Após a conclusão da campanha, deve-se realizar uma avaliação abrangente dos resultados em relação aos objetivos iniciais. Isso inclui análise de alcance, engajamento, retorno sobre o investimento e outros indicadores relevantes. O feedback coletado servirá para orientar futuras campanhas.

**6. Manutenção e Relacionamento Contínuo:** Diferente da locação de equipamentos, a publicidade e propaganda podem exigir um relacionamento contínuo com o fornecedor para ajustes e campanhas futuras. Isso envolve manter uma comunicação aberta e contínua com a agência escolhida para garantir que as estratégias de comunicação e de publicidade permaneçam alinhadas com os objetivos do Tribunal.

## **8. JUSTIFICATIVA PARA O PARCELAMENTO OU NÃO**

A divisão do serviço de publicidade e propaganda em vários contratos aumentaria a complexidade administrativa, exigindo um gerenciamento detalhado para cada contrato. Isso inclui negociações separadas, acompanhamento de múltiplas linhas do tempo, e a necessidade de avaliações de desempenho individuais para cada fornecedor. Este cenário poderia sobrecarregar os recursos administrativos, diminuindo a eficiência operacional.

Podem ser encontradas dificuldades na coordenação e sincronização visto que a publicidade e propaganda de forma eficaz depende de uma estratégia coesa e integrada. A fragmentação em diferentes contratos pode resultar em uma falta de sincronização entre as campanhas, diluindo a mensagem da marca e comprometendo o impacto geral das iniciativas de marketing. A unidade e consistência são essenciais para uma campanha de publicidade bem-sucedida.

Dessa forma, ao consolidar o serviço de publicidade e propaganda sob um único contrato, a administração pode se beneficiar de economias de escala, negociando melhores taxas e termos. A fragmentação pode levar a custos mais altos, uma vez que menores volumes de compra geralmente não permitem a negociação de condições tão vantajosas.

Além disso, a segregação incorre em risco de comprometimento da qualidade pelo fato da gestão de vários fornecedores ter o condão de levar a inconsistências na qualidade e na execução e das campanhas de publicidade. Trabalhar com um único fornecedor facilita o estabelecimento de padrões de qualidade elevados e a manutenção da coerência em todas as facetas da campanha.

Ainda sobre o assunto, há desafios na responsabilidade e na resolução de problemas quando múltiplos contratos estão em vigor, pode ser difícil atribuir responsabilidade por falhas ou problemas que surgem. Isso pode complicar a resolução de questões, pois cada fornecedor pode ter escopos de trabalho sobrepostos ou interdependentes. Um único contrato simplifica a cadeia de responsabilidade, tornando mais fácil identificar e resolver problemas rapidamente.

Por fim, é importante destacar que a agilidade é crucial em campanhas de publicidade para responder a mudanças de mercado ou ajustar estratégias baseadas no desempenho. A coordenação entre vários fornecedores pode retardar a capacidade de fazer ajustes rápidos, prejudicando a eficácia da campanha.

## **9. DEMONSTRATIVO DOS RESULTADOS PRETENDIDOS**

O objetivo principal é alinhar os esforços de publicidade e propaganda às metas institucionais do Tribunal, enfatizando a promoção de sua imagem, a divulgação de seus valores e o impulsionamento de suas iniciativas de forma estratégica e eficaz.

Entre os objetivos específicos, destaca-se a intenção de ampliar o engajamento com os municípios jurisdicionados, visando não apenas melhorar a comunicação e a interação com o público, mas também

incentivar a participação ativa da população e o acesso facilitado às informações sobre as atividades e decisões do Tribunal.

Além disso, um foco particular é dado às campanhas educativas e de conscientização pautadas nos Objetivos do Desenvolvimento Sustentável (ODS), que têm por objetivo esclarecer a importância da fiscalização dos recursos públicos e reforçar o papel fundamental que o Tribunal desempenha na garantia da transparência e da responsabilidade na gestão pública.

Para mensurar o sucesso e o impacto das campanhas de publicidade e propaganda, serão adotados indicadores de desempenho claros e mensuráveis. Isso inclui o alcance da campanha quantificado pelo número de indivíduos jurisdicionados, servidores, etc., abrangidos pelas atividades de comunicação e de publicidade distribuídas por diversos canais, a taxa de engajamento do público, que reflete o nível de interação e participação nas iniciativas promovidas, e a percepção pública da instituição, avaliada por meio de pesquisas e feedback direto da comunidade.

O sucesso dessas iniciativas será, portanto, medido não apenas pelos números, mas também pela qualidade do engajamento e pelo impacto positivo na percepção pública do Tribunal de Contas dos Municípios do Pará. Através deste planejamento cuidadoso e da execução estratégica de campanhas de publicidade e propaganda, o Tribunal visa a fortalecer sua presença e influência na comunidade, promovendo uma cultura de transparência, responsabilidade e participação cidadã nos processos de fiscalização pública.

## 10. PROVIDÊNCIAS A SEREM ADOTADAS

Considerando a complexidade da contratação, não identificamos a necessidade de realizar adequações antes de proceder com a contratação da solução. É importante ressaltar que o TCM/PA dispõe de profissionais capacitados e experientes para acompanhar de perto a execução deste contrato. Com sua expertise e conhecimento técnico, a equipe técnica está preparada para assegurar a eficiência na prestação do serviço ao Tribunal de Contas dos Municípios do Pará.

## 11. CONTRATAÇÕES CORRELATAS E/OU INTERDEPENDENTES

De acordo com o **art. 4º da Lei no 12.232, de 29 de abril de 2010**, os serviços de publicidade serão contratados em agência de propaganda especializada na arte e na técnica publicitária, cujas atividades sejam disciplinadas pela **Lei no 4.680, de 18 de junho de 1965**, e tenham obtido certificado de qualificação técnica de funcionamento, sendo serviços autônomos os quais prescindem de contratações correlatas ou interdependentes.

## 12. POSSÍVEIS IMPACTOS AMBIENTAIS

A natureza dos serviços de publicidade e propaganda é predominantemente digital e criativa, focando em estratégias de marketing, produção de conteúdo audiovisual, e campanhas online. Essas atividades, em sua essência, não envolvem processos que resultem em emissões diretas de poluentes, consumo intensivo de recursos naturais, ou geração de resíduos significativos que poderiam impactar negativamente o meio ambiente.

## 13. DA SUBCONTRATAÇÃO

Será permitida nos estritos termos do **item 1.1.2 deste Termo de Referência**.

## 14. DO BRIEFING

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

**14.1 História, identidade institucional e conjuntura:** O Tribunal de Contas dos Municípios do Estado do Pará (TCMPA) é um dos mais tradicionais Tribunais de Contas brasileiros. Sua história e trajetória iniciam

com a sua criação, em 16 de outubro de 1980, e instalação no ano de 10 de março de 1983, ainda enquanto Conselho de Contas dos Municípios.

O Tribunal atua no controle externo da administração pública e da gestão dos recursos públicos dos 144 municípios do estado do Pará; orienta e fiscaliza a administração pública e a gestão dos recursos municipais visando a sua efetiva e regular aplicação em benefício da sociedade; Busca ser uma instituição de excelência no controle externo, reconhecida pela sociedade como indispensável ao aperfeiçoamento da gestão pública, assim como fomenta a fiscalização exercida por cidadãos no intitulado controle social.

### **A Identidade Institucional do TCMPA é constituída:**

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

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

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

### **Os valores da Corte de Contas são:**

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

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

**Profissionalismo:** Atuar de forma responsável e comprometida com os objetivos institucionais, enfatizando o trabalho em equipe.

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

**Tempestividade:** Desenvolver as ações de controle externo e de gestão do Tribunal em tempo hábil, a fim de evitar ou minimizar danos. Desde sua instalação, essa Corte de Contas contribui de forma imprescindível para a correta utilização dos recursos públicos, com a fiscalização a utilização desses recursos públicos nos 144 municípios paraenses e orientação dos gestores dos executivos e legislativos municipais, através de ações pedagógicas multiplataformas, sobre a aplicação e prestação de contas desse dinheiro público, arrecadado através do pagamento de impostos e tributos pelos cidadãos.

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

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

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

É imprescindível que os cidadãos, independente da faixa etária, grau de escolaridade, condição socioeconômica e demais fatores, percebam que o objetivo do Tribunal é beneficiar a própria sociedade, conforme definido em sua Missão. Estabelecer a participação cidadã e um permanente diálogo com os

jurisdicionados da Corte de Contas e a sociedade em todas as suas camadas sociais tornam-se fundamentais para embasar e legitimar as ações do Tribunal de Contas dos Municípios do Pará.

Especificamente, a comunicação é entendida no TCM/PA como um dos principais meios de transparência das ações e decisões do Órgão e como um instrumento fundamental para estimular a população a exercer o controle social da gestão pública.

A comunicação do TCM/PA também figura como meio para entendimento de ações técnicas por parte dos prefeitos, presidentes de câmaras de vereadores, secretários municipais e demais gestores municipais jurisdicionados à Corte de Contas. Essa concepção está inserida nos objetivos e metas do Plano Estratégico do Tribunal, o que referenda a atividade desenvolvida na área da Comunicação, que leva ao conhecimento da sociedade as decisões das sessões de julgamento, as ações de fiscalização, visitas técnicas, às informações institucionais do Tribunal, programas de capacitação dos seus jurisdicionados por todo o Estado, o acesso da população ao Tribunal para noticiar irregularidades nas gestões municipais, assim como receber informações sobre as mesmas, dentre outros.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

14.5.3 Utilizar os meios de comunicação próprios do Tribunal de Contas dos Municípios do Estado do Pará, explicitados no item 14.3 deste Termo.

14.5.4 No cálculo da alocação de valores para a produção e veiculação da campanha de que trata o item 14.3 desta TR a interessada utilizará como referencial uma **verba de R\$300.000,00 (trezentos mil reais) para o período de até 60 (sessenta) dias, como indicado no item acima, 14.5, do Termo de Referência.**

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

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

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

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

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

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

a) apresentar relação de todas as peças e ou material que julgar necessários para a execução da sua **Proposta de Estratégia de Comunicação Publicitária**, com o seguinte tratamento:

a.1) apresentará e defenderá o conceito que, de acordo com o seu raciocínio básico, devem fundamentar a proposta de solução do problema específico de comunicação do Tribunal Contas dos Municípios do Estado do Pará;

a.2) explicitará e defenderá os principais pontos da estratégia de comunicação publicitária sugerida para a solução do problema específico de comunicação, especialmente o que dizer, a quem dizer, como dizer, quando dizer, e quais instrumentos, ferramentas e meios de divulgação utilizar, visto a tornar uma linguagem acessível ao público em geral para fim de melhor compreensão da campanha e potencialização de resultados.

b) da relação prevista na alínea anterior, escolher e apresentar como exemplos 5 (cinco) peças e/ou material, independente do meio de divulgação, do tipo ou característica, que julgar mais indicados para corporificar objetivamente sua proposta de solução de comunicação, conforme explicitado na sua Estratégia de Comunicação Publicitária;

c) podem ser apresentadas sob forma de roteiro ou monstro (primeiro esboço de um spot publicitário ou vídeo) para rádio e TV e layout para mídia impressa e internet, sem inclusão de *storyboards*.

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

a) demonstre conhecimento e análise dos hábitos de comunicação do público, sendo permitida a inclusão de tabelas e gráficos;

b) simulação de plano de distribuição das peças de que trata o item 14.7 deste TR acompanhada de tabelas, planilhas e texto com a explicitação das premissas adotadas e suas justificativas;

c) resumo geral incluindo o período de veiculação sugerido; os valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados na produção de cada peça, separadamente, de mídia; e as quantidades a serem produzidas de cada peça de não mídia. Os preços de mídia usados na simulação devem ser os de tabela cheia dos veículos. Fica a critério da licitante a definição do período de veiculação das praças a serem consideradas na simulação da mídia.

d) demonstre conhecimento e análise dos hábitos de comunicação do público, sendo permitida a inclusão de tabelas e gráficos;

e) simulação de plano de distribuição das peças de que trata o item 14.8 deste TR, acompanhada de tabelas, planilhas e texto com a explicitação das premissas adotadas e suas justificativas;

f) Todas as peças e materiais que integrarem a relação comentada prevista na alínea 'a' do subitem 14.7 deste TR deverão constar dessa simulação.

f.1) Dessa simulação deverá constar resumo geral com informações sobre, pelo menos:

- I. O período de distribuição das peças e ou material;
  - II. As quantidades de inserções das peças em veículos de divulgação;
  - III. Os valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em veículos de divulgação, separadamente, por meios;
  - IV. Os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção e/ou na execução técnica de cada peça destinada a veículos de divulgação;
  - V. As quantidades a serem produzidas de cada peça e/ou material de Não Mídia;
  - VI. Os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção de cada peça e ou material de Não Mídia;
- f.2) Nessa simulação:
- I. Os preços das inserções em veículos de comunicação devem ser os de tabela vigente na data de publicação do aviso de licitação;
  - II. Deve ser desconsiderado o repasse de parte do desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação nos termos do **art. 11 da Lei nº 4.680/1965**;
  - III. Devem ser desconsiderados os custos internos e os honorários sobre todos os serviços de fornecedores.
  - IV. Fica a critério da licitante a definição do período de veiculação e praças a serem considerados na simulação da mídia.
  - V. A licitante deverá tomar como referencial para a simulação da campanha uma verba hipotética de até R\$ 300.000,00 (trezentos mil reais) para um período de 60 dias.

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

Quantificação e a qualificação, sob a forma de currículo resumido (no mínimo, nome, formação e experiência), dos profissionais que serão colocados à disposição da execução do contrato, discriminando-se:

- a) as áreas de estudo e planejamento, criação, produção de rádio e TV, produção gráfica, gestão de mídias sociais, mídia e atendimento, instalações, infraestrutura;
- b) os recursos materiais disponíveis para a execução do contrato.
- c) a sistemática de atendimento, detalhando as obrigações a serem cumpridas pela licitante, na execução do contrato, incluídos os prazos a serem praticados, em condições normais de trabalho, na criação de peças avulsas ou de campanha e na elaboração de plano de mídia.
- d) as informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que colocará regularmente à disposição do Tribunal sem ônus adicional, durante a execução do contrato.

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

- a) Poderão ser apresentadas até 05 (cinco) peças, independentemente do meio de divulgação, do tipo, características da peça, todas veiculadas ou expostas a partir de 2017.
- b) As peças de vídeo, spots e/ou jingles e de internet poderão ser fornecidas em CD, DVD ou Pendrive; as peças gráficas, impressas em proporções que preservem suas dimensões originais e sua leitura.
- c) As peças não podem referir-se a trabalhos solicitados e/ou aprovados pelo TCM/PA.

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

## 15. MODELO DE EXECUÇÃO CONTRATUAL

### 15.1. Do Prazo de vigência contratual

O contrato oriundo deste certame terá duração inicial de **5 (cinco) anos**, contados da data de sua publicação no PNCP, podendo esse prazo ser prorrogado, mediante acordo entre as partes, até o limite previsto no [artigos 106 e 107 da Lei no 14.133, de 2021](#)

**15.2. Da Garantia**

15.2.1. A futura contratada deverá prestar garantia pela execução das obrigações assumidas, correspondente a 5% (cinco por cento) do valor do contrato, cabendo à mesma optar por uma das seguintes modalidades de garantia previstas nos **incisos II e III do art. 96 da Lei 14.133/2021**.

15.2.2. Essa exigência ocorrerá a partir da data da assinatura contratual.

**15.3. Adequação Orçamentária**

15.3.1. As despesas decorrentes desta licitação correrão por conta das seguintes dotações orçamentárias:

- a) 03101.01.131.1454-8745 - Publicidade Institucional. Fonte: 01500000001. Elemento de Despesa: 339039.
- b) 03101.01.122.1454-8559 -Operacionalização da Gestão Administrativa. Fonte: 01500000001. Elemento de Despesa: 339039.

**15.4. Obrigações da futura Contratada**

Constituem obrigações da futura CONTRATADA, além das demais previstas no termo contratual:

- a) Operar como uma organização completa e fornecer serviços de elevada qualidade.
- b) Realizar com recursos próprios e, quando necessário, mediante a contratação de fornecedores e veículos todos os serviços relacionados com o objeto deste Contrato, observadas as especificações estabelecidas pela CONTRATANTE.
- c) Comprovar, no prazo máximo de **30 (trinta) dias corridos**, a contar da data da assinatura deste instrumento, que possuem individualmente, em Belém-PA e Região Metropolitana, estrutura de atendimento compatível com o volume e a característica dos serviços a serem prestados à CONTRATANTE, representada, no mínimo, pelos seguintes profissionais:
  - 01 (um) profissional na área de atendimento;
  - 01 (um) profissional na área de planejamento;
  - 02 (dois) profissionais na área de criação;
  - 01 (um) profissional nas áreas de produção impressa e eletrônica;
  - 01 (um) profissional na área de mídia.
- d) Utilizar os profissionais indicados para fins de comprovação da capacidade de atendimento, na elaboração dos serviços objeto deste Contrato, admitida sua substituição por profissionais com experiência equivalente ou superior.
- e) Envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores e veículos e transferir à CONTRATANTE as vantagens obtidas.
- f) O desconto de antecipação de pagamento será igualmente transferido à CONTRATANTE, caso esta venha a saldar o compromisso antes do prazo estipulado.
- g) Serão transferidas à CONTRATANTE as vantagens obtidas em negociação de compra de mídia, incluídos os eventuais descontos e as bonificações na forma de tempo, espaço ou reaplicações que tenham sido concedidos pelo veículo.
- h) Fazer cotação prévia de preços para todos os serviços realizados por fornecedores, observadas as seguintes disposições:
  - h.1) Apresentar **03 (três) propostas obtidas entre pessoas jurídicas** previamente cadastradas pela CONTRATANTE, nos termos do disposto no **art. 14 da Lei n.º 12.232/10**.
  - h.2) Se não houver possibilidade de obter 03 (três) propostas de preços, a CONTRATADA deverá apresentar as justificativas pertinentes, por escrito.
- i) Corrigir, reparar, remover, substituir às suas expensas, no total ou em parte, o objeto do contrato em que se verificarem defeitos ou incorreções, resultantes da entrega das prestações dos serviços apontados pelo fiscal do contrato, sem gerar ônus algum para a contratante.
- j) Responder perante a CONTRATANTE e terceiros por eventuais prejuízos e danos decorrentes de sua demora ou de omissão na condução dos serviços de sua responsabilidade, na veiculação de publicidade ou por erro seu em quaisquer serviços objeto deste contrato.

- k) Responsabilizar-se por quaisquer ônus decorrentes de omissões ou erros na elaboração de estimativa de custos e que redundem em aumento de despesas ou perda de descontos para a CONTRATANTE.
- l) Obter a aprovação prévia e expressa da CONTRATANTE para autorizar despesas com produção, veiculação ou qualquer outra relacionada com este Contrato.
- m) Submeter a contratação de fornecedores, para a execução de serviços objeto deste Contrato, em qualquer hipótese, à prévia e expressa anuência da CONTRATANTE.
- n) A contratação de serviços ou compra de material em empresas em que a CONTRATADA ou seus empregados tenham, direta ou indiretamente, participação societária ou qualquer vínculo comercial somente poderá ser realizada após comunicar à CONTRATANTE este vínculo e obter sua aprovação.
- o) As informações sobre a execução do Contrato, com os nomes dos fornecedores de serviços e veículos, serão divulgadas em site aberto pela CONTRATANTE, garantido o livre acesso por quaisquer pessoas.
- p) A CONTRATADA inserirá as informações sobre valores pagos pelos totais de cada tipo de serviço de fornecedores e de cada meio de divulgação.
- q) Entregar à CONTRATANTE, até o dia 05 do mês subsequente, um relatório de despesas de produção e veiculação autorizadas no mês anterior e um relatório dos serviços em andamento, este com os dados mais relevantes para uma avaliação do estágio em que se encontram.
- r) Prestar esclarecimentos à CONTRATANTE sobre eventuais atos ou fatos desabonadores noticiados que envolvam a CONTRATADA, independentemente de solicitação.
- s) Não caucionar ou utilizar o presente Contrato como garantia para qualquer operação financeira.
- t) Manter, durante a execução deste Contrato, todas as condições de habilitação exigidas na concorrência que deu origem a este ajuste, bem como cumprir a legislação trabalhista e securitária com relação a seus empregados e, se e quando for o caso, com relação a empregados de fornecedores contratados.
- u) Responsabilizar em observar os Direitos Autorais, licenciamentos de uso de imagens, fotografias, obras audiovisuais e outras sempre quando for o caso e comprovar mediante a apresentação de concessão e autorização de uso contendo finalidade, meio e prazo de validade da cessão do direito autoral.
- v) Assumir, com exclusividade, todos os tributos e taxas que forem devidos por ela, em decorrência do objeto deste Contrato, bem como as contribuições devidas à Previdência Social, os encargos trabalhistas, prêmios de seguro e de acidentes de trabalho, os encargos que venham a ser criados e exigidos pelos poderes públicos e outras despesas que se fizerem necessárias ao cumprimento do objeto pactuado.
- x) Responsabilizar-se pelo ônus resultante de quaisquer ações, demandas, custos e despesas decorrentes de danos causados por culpa ou dolo de seus empregados, prepostos e/ou contratados, bem como se obrigar por quaisquer responsabilidades decorrentes de ações judiciais que lhe venham a ser atribuídas por força de lei, relacionadas com o cumprimento do presente Contrato.

### **15.5. Da Obrigações da Contratante**

Constituem obrigações da CONTRATANTE:

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

### **15.6 Da Fiscalização**

- a) A execução do contrato deverá ser acompanhada e fiscalizada pelo(s) fiscal(is) do contrato, ou pelos respectivos substitutos ([Lei nº 14.133, de 2021, art. 117, caput](#));
- b) O fiscal do contrato acompanhará a execução do contrato, para que sejam cumpridas todas as condições estabelecidas no contrato, de modo a assegurar os melhores resultados para a Administração. (**Decreto nº 11.246, de 2022, art. 22, VI**);
- c) O fiscal do contrato anotar no histórico de gerenciamento do contrato todas as ocorrências relacionadas à execução do contrato, com a descrição do que for necessário para a regularização das faltas ou dos defeitos observados. ([Lei nº 14.133, de 2021, art. 117, §1º](#), e **Decreto nº 11.246, de 2022, art. 22, II**);
- d) Identificada qualquer inexatidão ou irregularidade, o fiscal do contrato emitirá notificações para a correção da execução do contrato, determinando prazo para a correção. (**Decreto nº 11.246, de 2022, art. 22, III**);
- e) O fiscal do contrato verificará a manutenção das condições de habilitação da contratada, acompanhará o empenho, o pagamento, as garantias, as glosas e a formalização de apostilamento e termos aditivos, solicitando quaisquer documentos comprobatórios pertinentes, caso necessário (**Art. 23, I e II, do Decreto nº 11.246, de 2022**).
- f) Caso ocorra descumprimento das obrigações contratuais, o fiscal administrativo do contrato atuará tempestivamente na solução do problema, reportando ao gestor do contrato para que tome as providências cabíveis, quando ultrapassar a sua competência; (**Decreto nº 11.246, de 2022, art. 23, IV**).

### 15.7. Das Infrações e Sanções Administrativas

**15.7.1. Comete infração administrativa**, nos termos do [Art. 155 da Lei nº 14.133, de 2021](#), o Contratado que:

- I - der causa à inexecução parcial da avença;
- II - der causa à inexecução parcial do contrato que cause grave dano à Administração ou ao funcionamento dos serviços públicos ou ao interesse coletivo;
- III - der causa à inexecução total da avença;
- IV - deixar de entregar a documentação exigida para qualificação na contratação direta;
- V - não manter a proposta, salvo em decorrência de fato superveniente devidamente justificado;
- VI - não celebrar o contrato ou não entregar a documentação exigida para a contratação, quando convocado dentro do prazo de validade de sua proposta;
- VII - ensejar o retardamento da execução do objeto da contratação sem motivo justificado;
- VIII - prestar declaração falsa durante a inexistência de licitação ou execução do contrato;
- IX - fraudar a contratação ou praticar ato fraudulento na execução do contrato;
- X - comportar-se de modo inidôneo ou cometer fraude de qualquer natureza;
- XI - praticar atos ilícitos com vistas a frustrar os objetivos da contratação;
- XII - praticar ato lesivo previsto no **art. 5º da Lei n. 12.846 /2013**.

**15.7.2. Serão aplicadas ao responsável pelas infrações administrativas acima descritas as seguintes sanções:**

15.7.2.1. Advertência: quando o Contratado der causa à inexecução parcial do contrato, sempre que não se justificar a imposição de penalidade mais grave ([art. 156, §2º, da Lei 14.133/21](#));

15.7.2.2. Impedimento de licitar e contratar, quando praticadas as condutas descritas nos incisos [II, III, IV, V, VI e VII do caput do art. 155 da Lei 14.133/21](#), sempre que não se justificar a imposição de penalidade mais grave ([art. 156, §4º, da Lei 14.133/21](#));

15.7.3. Declaração de inidoneidade para licitar e contratar, quando praticadas as condutas descritas nos [incisos VIII, IX, X, XI e XII do caput do art. 155 da Lei 14.133/21](#), bem como nos [incisos II, III, IV, V, VI e VII](#) que justifiquem a imposição de penalidade mais grave que a sanção referida no [§4º \(art. 156, §5º, da Lei 14.133/21\)](#)

**15.7.4. Multa:**

- a) Moratória de 5% (cinco por cento) por dia de atraso injustificado sobre o valor da parcela inadimplida, até o limite de 10 (dez) dias;
- b) O atraso superior a **10 (dez) dias autoriza a** Administração a promover a rescisão do contrato por descumprimento ou cumprimento irregular de suas cláusulas, conforme dispõe o [inciso I do art. 137 da Lei n. 14.133, de 2021](#);
- e) e) compensatória de **10% (dez por cento)** sobre o valor total do contrato, no caso de inexecução total do objeto.

**17.7.5.** A aplicação das sanções previstas neste termo não exclui, em hipótese alguma, a obrigação de reparação integral do dano causado à Administração ([art. 156, §9º da Lei n. 14.133/2021](#)).

17.7.5.1. Todas as sanções previstas neste Termo de Referência poderão ser aplicadas cumulativamente com a multa ([art. 156, §7º da Lei n. 14.133/2021](#)).

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

15.7.7. Se a multa aplicada e as indenizações cabíveis forem superiores ao valor do pagamento eventualmente devido pelo Contratante ao Contratado, além da perda desse valor, a diferença será descontada da garantia prestada ou será cobrada judicialmente ([art. 156, §8º da Lei n. 14.133/2021](#)).

15.7.8 Previamente ao encaminhamento à cobrança judicial, a multa poderá ser recolhida administrativamente no prazo máximo de 30 (trinta) dias, a contar da data do recebimento da comunicação enviada pela autoridade competente.

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

15.7.10. Na aplicação das sanções serão considerados ([art. 156, §1º da Lei n. 14.133/2021](#)):

15.7.11. A natureza e a gravidade da infração cometida;

15.7.12. As peculiaridades do caso concreto;

15.7.13. As circunstâncias agravantes ou atenuantes;

15.7.14. Os danos que dela provierem para o Contratante;

15.7.15. A implantação ou o aperfeiçoamento de programa de integridade, conforme normas e orientações dos órgãos de controle.

15.7.16. Os atos previstos como **infrações administrativas na Lei nº 14.133, de 2021** que também sejam **tipificados como atos lesivos na Lei n. 12.846/2013**, serão apurados e julgados conjuntamente, nos mesmos autos, observados o rito procedimental e autoridade competente definidos na referida Lei ([art. 159 da Lei n. 14.133/2021](#)).

15.7.17. A personalidade jurídica do Contratado poderá ser desconsiderada sempre que utilizada com abuso do direito para facilitar, encobrir ou dissimular a prática dos atos ilícitos previstos neste Contrato ou para provocar confusão patrimonial, e, nesse caso, todos os efeitos das sanções aplicadas à pessoa jurídica serão estendidos aos seus administradores e sócios com poderes de administração, à pessoa jurídica sucessora ou à empresa do mesmo ramo com relação de coligação ou controle, de fato ou de direito, com o Contratado,

observados, em todos os casos, o contraditório, a ampla defesa e a obrigatoriedade de análise jurídica prévia (art. 160 da Lei nº 14.133/2021).

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

15.7.19. As sanções de impedimento de licitar e contratar e declaração de inidoneidade para licitar ou contratar são passíveis de reabilitação na forma do art. 163 da Lei n. 14.133/21.

### **15.8 – Da Remuneração**

a) Pelos serviços prestados, a CONTRATADA será remunerada da seguinte forma:

b) Honorários de ..... % (..... por cento), incidentes sobre os custos comprovados e previamente autorizados de serviços realizados por fornecedores, com a efetiva intermediação da CONTRATADA, referentes à produção e à execução técnica de peças, campanhas e materiais publicitários que envolva criação da agência e cuja distribuição não proporcione à CONTRATADA o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, conforme item 15.9 deste Termo de referência.

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

d) Honorários de ..... % (por cento), incidentes sobre os custos de serviços realizados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peças, campanhas e materiais publicitários quando a responsabilidade da agência limitar-se à contratação ou pagamento do serviço ou suprimento, bem como a realização de outros serviços realizados por fornecedores referentes a pesquisas de pré-teste e pós-teste – vinculadas à concepção e criação de campanhas e peças publicitárias – e à elaboração de marcas, de expressões de propaganda, de logotipos e de elementos de comunicação visual.

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

f) .....(..... por cento) dos valores previstos na tabela de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Pará, a título de ressarcimento dos custos internos dos trabalhos realizados pela própria CONTRATADA.

g) Os layouts, roteiros e similares reprovados não serão cobrados pela CONTRATADA.

h) A CONTRATADA não fará jus a honorários ou a qualquer outra remuneração sobre os custos de serviços realizados por fornecedores referentes à produção de peças e materiais cuja distribuição proporcione a ela o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação.

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

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

### **15.9 – Do Desconto da Agência.**

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

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

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

**15.10. Das Condições de Pagamento.**

- a) O pagamento será efetuado mensalmente, mediante apresentação de Nota Fiscal/Fatura emitida pela CONTRATADA, devidamente atestada pela fiscalização contratual, acompanhada quando for o caso, das Notas Fiscais/Faturas emitidas pelos fornecedores e veículos em nome da CONTRATANTE, aos cuidados da CONTRATADA.
- b) O pagamento será efetuado mediante depósito bancário, devendo a CONTRATADA informar o Banco, Agência e o número da conta corrente em que deverá ser efetuado o crédito, seguindo os seguintes prazos:
- b.1). Veiculação: em prazo não superior a trinta dias após o mês de veiculação, mediante apresentação dos documentos de cobrança de cada CONTRATADA e dos veículos, tabelas de preços dos veículos e respectivos comprovantes de veiculação;
- b.2). Produção: em prazo não superior a trinta dias após o mês de produção, mediante apresentação dos documentos de cobrança de cada CONTRATADA e dos fornecedores, demonstrativos de despesas, e respectivos comprovantes;
- b.3) Outros serviços realizados por terceiros: nos vencimentos previamente ajustados com a CONTRATANTE, mediante a entrega dos serviços solicitados, dos documentos de cobrança de cada CONTRATADA e dos fornecedores e respectivos comprovantes.
- c) Os documentos de cobrança e demais documentos necessários ao reembolso de despesas deverão ser encaminhados ao endereço a seguir, com antecedência mínima de dez dias da data do vencimento, dos quais deverão constar a citação ao Contrato nº ...../2024 e a manifestação de aceitação do gestor contratual.
- d) Caso se constate erro ou irregularidade na documentação de cobrança, a CONTRATANTE, a seu critério, poderá devolvê-la, para as devidas correções, ou aceitá-la, com a glosa da parte que considerar indevida.
- f) Na hipótese de devolução, a documentação será considerada como não apresentada, para fins de atendimento das condições contratuais.
- g) A CONTRATANTE não pagará, sem que tenha autorizado prévia e formalmente, nenhum compromisso que lhe venha a ser cobrado diretamente por terceiros, sejam ou não instituições financeiras.
- h) Os pagamentos a fornecedores e veículos serão efetuados, pela CONTRATADA, imediatamente após a compensação bancária dos pagamentos feitos pela CONTRATANTE.
- i) Os eventuais encargos financeiros, processuais e outros, decorrentes da inobservância, pela CONTRATADA, de prazos de pagamento, serão de sua exclusiva responsabilidade.
- j) A CONTRATADA apresentará à CONTRATANTE um relatório com datas e valores dos pagamentos realizados a fornecedores e veículos até o dia 10 do mês subsequente ao do pagamento.

**15.11. Da Extinção Contratual**

15.11.1. O contrato decorrente deste certame poderá ser extinto, conforme previsão contida nos [artigos 137, 138 e 139 da Lei 14.133/2021](#):

I - por ato unilateral e escrito da Administração, exceto no caso de descumprimento decorrente de sua própria conduta; (hipóteses contidas no [Art. 137 da Lei 14.133/2021](#))

II - consensual, por acordo entre as partes, por conciliação, por mediação ou por comitê de resolução de disputas, desde que haja interesse da Administração;

III - por decisão arbitral, em decorrência de cláusula compromissória ou compromisso arbitral, ou por decisão judicial.

§ 1º A extinção determinada por ato unilateral da Administração e a extinção consensual deverão ser precedidas de autorização escrita e fundamentada da autoridade competente e reduzidas a termo no respectivo processo.

§ 2º Quando a extinção decorrer de culpa exclusiva da Administração, o contratado será ressarcido pelos prejuízos regularmente comprovados que houver sofrido e terá direito a:

I - devolução da garantia;

II - pagamentos devidos pela execução do contrato até a data de extinção;

III - pagamento do custo da desmobilização.

**15.12. Das Obrigações Pertinentes À LGPD**

15.12.1. As partes deverão cumprir a [Lei nº 13.709, de 14 de agosto de 2018 \(LGPD\)](#), quanto a todos os dados pessoais a que tenham acesso em razão do certame ou do contrato administrativo que eventualmente venha a ser firmado, a partir da apresentação da proposta no procedimento de contratação, independentemente de declaração ou de aceitação expressa. 15.12.2. Os dados obtidos somente poderão ser utilizados para as finalidades que justificaram seu acesso e de acordo com a boa-fé e com os princípios do art. 6º da LGPD.

15.12.3 É vedado o compartilhamento com terceiros dos dados obtidos fora das hipóteses permitidas em Lei. 15.12.4 A Administração deverá ser informada no prazo de 5 (cinco) dias úteis sobre todos os contratos de sub-operação firmados ou que venham a ser celebrados pela Contratada.

15.12.5. Terminado o tratamento dos dados nos termos do **art. 15 da LGPD**, é dever do contratado eliminá-los, com exceção das hipóteses do **art. 16 da LGPD**, incluindo aquelas em que houver necessidade de guarda de documentação para fins de comprovação do cumprimento de obrigações legais ou contratuais e somente enquanto não prescritas essas obrigações.

15.12.6 É dever do contratado orientar e treinar seus empregados sobre os deveres, requisitos e responsabilidades decorrentes da LGPD.

15.12.7 A Contratada deverá exigir de sub-operadores e subcontratados o cumprimento dos deveres da presente cláusula, permanecendo integralmente responsável por garantir sua observância.

15.12.8 O Contratante poderá realizar diligência para aferir o cumprimento dessa cláusula, devendo o Contratado atender prontamente eventuais pedidos de comprovação formulados.

15.12.9 A Contratada deverá prestar, no prazo fixado pelo Contratante, prorrogável justificadamente, quaisquer informações acerca dos dados pessoais para cumprimento da LGPD, inclusive quanto a eventual descarte realizado.

15.12.10 Bancos de dados formados a partir de contratos administrativos, notadamente aqueles que se proponham a armazenar dados pessoais, devem ser mantidos em ambiente virtual controlado, com registro individual rastreável de tratamentos realizados (LGPD, art. 37), com cada acesso, data, horário e registro da finalidade, para efeito de responsabilização, em caso de eventuais omissões, desvios ou abusos.

15.12.11 Os referidos bancos de dados devem ser desenvolvidos em formato interoperável, a fim de garantir a reutilização desses dados pela Administração nas hipóteses previstas na LGPD.

15.12.12 O contrato está sujeito a ser alterado nos procedimentos pertinentes ao tratamento de dados pessoais, quando indicado pela autoridade competente, em especial a Autoridade Nacional de Proteção de Dados (ANPD) por meio de opiniões técnicas ou recomendações, editadas na forma da LGPD.

### **15.13 - Das Alterações Legais**

15.13.1. Eventuais alterações contratuais reger-se-ão pela disciplina dos [arts. 124 e seguintes da Lei nº 14.133, de 2021](#).

15.13.2. A Contratada é obrigada a aceitar, nas mesmas condições contratuais, os acréscimos ou supressões que se fizerem necessários, até o **limite de 25% (vinte e cinco por cento)** do valor inicial atualizado do contrato.

15.13.3. As alterações contratuais deverão ser promovidas mediante celebração de termo aditivo, submetido à prévia aprovação da consultoria jurídica da Contratante, salvo nos casos de justificada necessidade de

antecipação de seus efeitos, hipótese em que a formalização do aditivo deverá ocorrer no prazo **máximo de 1 (um) mês** (art. 132 da Lei nº 14.133, de 2021).

15.13.4. Registros que não caracterizam alteração do contrato podem ser realizados por simples apostila, dispensada a celebração de termo aditivo, na forma do art. 136 da Lei n. 14.133/2021.

## 16. DA PUBLICAÇÃO NO PNCP:

Incumbirá ao contratante divulgar o presente instrumento no Portal Nacional de Contratações Públicas (PNCP), na forma prevista no **art. 94 da Lei n. 14.133/2021**, bem como no respectivo sítio oficial na Internet, em atenção ao **art. 91, caput, da Lei n. 14.133/2021**, e ao **art. 8º, §2º, da Lei n. 12.527/2011**, para dessa maneira garantir o princípio da publicidade presente no **art. 37 da Constituição Federal**, como forma de estabelecer a devida transparência na gestão dos recursos públicos.

## 17. DA DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA

As despesas decorrentes desta licitação correrão por conta das seguintes dotações orçamentárias:

- a) 03101.01.131.1454-8745 - Publicidade Institucional. Fonte: 01500000001. Elemento de Despesa: 339039.
- b) 03101.01.122.1454-8559 -Operacionalização da Gestão Administrativa. Fonte: 01500000001. Elemento de Despesa: 339039.

## 18. DO FORO

Fica eleito o Foro da comarca de Belém, capital do Estado do Pará, para dirimir os litígios que decorrerem da execução deste Termo de Contrato que não puderem ser compostos pela conciliação.

Belém-PA, de de 2024.

**Jorge Marcelo Oliveira**

**Assessoria de Comunicação - ASCOM TCM/PA**

**Mat. 500000853**

**ANEXO II****PLANILHA DE PREÇOS SUJEITOS À VALORAÇÃO**

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

a) desconto a ser concedido ao Tribunal de Contas dos Municípios do Estado do Pará, sobre os custos internos, baseado na tabela de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Pará: \_\_ % - - -porcento);

b) honorários, a serem cobrados do Tribunal de Contas dos Municípios do Estado do Pará, incidentes sobre os custos comprovados de serviços realizados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peças, campanhas e materiais publicitários que envolvam criação da agência e cuja distribuição não nos proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação: \_\_ % \_\_ por cento);

c) honorários, a serem cobrados do Tribunal de Contas dos Municípios do Estado do Pará, incidentes sobre os custos de serviços realizados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peças, campanhas e materiais publicitários quando a responsabilidade da agência limitar-se à contratação ou pagamento do serviço ou suprimento, bem como a realização de outros serviços realizados por fornecedores referentes a pesquisas de pré-teste e pós-teste - vinculadas à concepção e criação de campanhas e peças publicitárias - e à elaboração de marcas, de expressões de propaganda, de logotipos e de elementos de comunicação visual: \_\_ % ( \_\_ por cento).

d) repasse de 5%, para o Tribunal de Contas dos Municípios do Estado do Pará, sobre o "desconto de agência" pago pelos Veículos de Comunicação às Agências dentro do limite estabelecido no Anexo B das Normas Padrão da Atividade Publicitária (CENP).

Belém/PA \_\_\_\_, de ..... de 2024

(nome da licitante)  
Representante legal

**ANEXO III****MODELO DECLARAÇÃO EM ATENDIMENTO AO INCISO XXXIII, DA  
CONSTITUIÇÃO FEDERAL  
D E C L A R A Ç Ã O**

A empresa \_\_\_\_\_(Razão Social da empresa) \_\_\_\_\_, inscrita no CNPJ nº \_\_\_\_\_, por intermédio de seu representante legal, o(a) Sr.(a.) \_\_\_\_\_, portador(a) da Carteira de Identidade nº \_\_\_\_\_.

\_\_\_\_\_ (órgão emissor e unidade da federação) e do CPF nº \_\_\_\_\_, DECLARA, sob as penas da lei, para fins do disposto no inciso XXXIII do art. 7º da Constituição Federal de 1988, que não emprega menor de dezoito anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre, e não emprega menor de dezesseis anos.

Ressalva: emprega menor, a partir de 14 (quatorze) anos, na condição de aprendiz (\_\_\_\_).

OBSERVAÇÃO: Caso a empresa emprega menor, a partir de 14(quatorze) anos, assinalar a ressalva acima.

Local e data \_\_\_\_\_

(Assinatura do Representante Legal da Empresa)

**ANEXO IV****MODELO DECLARAÇÃO DE RESERVA DE CARGOS PARA PESSOA COM  
DEFICIÊNCIA**

A Empresa.....(nome da empresa), inscrita no CNPJ/MF sob o n.º.....sediada.....(endereço completo)....., declara, para os devidos fins, que atende à legislação quanto ao cumprimento de reserva de cargos prevista em lei para pessoa com deficiência ou para reabilitado da Previdência Social e que atendem às regras de acessibilidade previstas na legislação, conforme disposto no **art. 93 da Lei nº 8.213, de 24 de julho de 1991 e artigo 63 e 92 da Lei Federal nº 14.133/21.**

Local (cidade/estado)\_\_\_\_\_/\_\_\_\_\_/2024.

Nome/Assinatura do Representante Legal da empresa/Nº Carteira de Identidade

**DADOS DA EMPRESA PROPONENTE:**

Raz CNPJ nº: \_\_\_\_\_

Endereço: \_\_\_\_\_

Email: \_\_\_\_\_

Telefone de contato: \_\_\_\_\_

## ANEXO V

### MODELO DE DECLARAÇÃO DE ATENDIMENTO AOS REQUISITOS DE HABILITAÇÃO

....., com sede na ....., inscrita no (razão social da empresa) (endereço) CNPJ nº ....., vem, por intermédio de seu representante legal (a) Sr.(a) ....., portador(a) da Carteira de Identidade nº .....e do CPF nº....., em atenção ao disposto no art. 4º, VII, da Lei Federal nº 10.520/02, declarar que cumpre plenamente os requisitos exigidos para a habilitação na licitação modalidade Ref: Concorrência Pública nº\_\_\_/2024/TCMPA do Tribunal de Contas dos Municípios do Estado do Pará, assim como aceitamos todas as condições estabelecidas no Edital do certame.

Declara, ademais, que não está impedida de participar de licitações e de contratar com a Administração Pública em razão de penalidades, nem de fatos impeditivos de sua habilitação, ciente da obrigatoriedade de declarar ocorrências posteriores.

.....  
(local e data)

.....  
carimbo (ou nome legível) e assinatura do Representante legal e número da Cart. de Identidade  
ou documento legalmente aceito

## ANEXO VI

### MODELO DE DECLARAÇÃO PARA MICROEMPRESAS E EMPRESAS DE PEQUENO PORTE

Ref: Concorrência Pública nº\_\_\_/2024/TCMPA.

.....(razão social da empresa)....., com sede na .....(endereço)....., inscrita social no CNPJ nº ....., por intermédio de seu representante legal .....(nome)....., .....(nacionalidade)....., ..... (estado civil)....., .....(profissão)....., portador(a) da Carteira de Identidade nº .....e do CPF nº....., sob as penas previstas na Lei nº. 8.666/93, DECLARA, que na condição (de microempresa, possui receita bruta compatível com o disposto no art. 3º, inciso I, da Lei Complementar nº 123 de 14 de dezembro de 2006) ou (de empresa de pequeno porte, possui receita bruta compatível com o disposto no art. 3º, inciso II, da Lei Complementar nº 123 de 14 de dezembro de 2006), assim como, que não possui nenhum dos impedimento elencados no § 4º do mesmo artigo.

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

**ANEXO VII****MODELO DE PROCURAÇÃO**

OUTORGANTE: (qualificação: nome, endereço, razão social, etc.)

OUTORGADO: (qualificação: nome, endereço, razão social, etc.)

O representante devidamente qualificado

OBJETO: Representar a outorgante na Concorrência nº \_\_\_\_/2024.

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

Belém/Pa \_\_\_\_, \_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de 2024.

---

NOME:

CARGO:

EMPRESA:

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

## ANEXO VIII

### MINUTA DE CONTRATO

CONTRATO DE PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA, QUE ENTRE SI CELEBRAM O TRIBUNAL DE CONTAS DOS MUNICÍPIOS DO ESTADO DO EMPRESA PARÁ, E A EMPRESA XXXXXX NOS TERMOS DAS CLÁUSULAS E CONDIÇÕES A SEGUIR EXPENDIDAS.

Pelo presente Instrumento de um lado o TRIBUNAL DE CONTAS DOS MUNICÍPIOS, inscrito no CNPJ/MF nº 04.789.665/0001-87 e Insc. Estadual nº 151.912.80-7, com sede na Trav. Magno de Araújo nº 474, Bairro do Telégrafo sem Fio, CEP: 66.113-050, nesta cidade de Belém/PA, doravante denominado CONTRATANTE representado por seu Presidente, Conselheiro ANTONIO JOSÉ COSTA DE FREITAS GUIMARÃES, brasileiro; e de outro lado, a empresa (...), neste ato representada pelo Sr(a). (....), residente e domiciliado em Belém, no Estado do Pará, à ....., telefone, ajustam o presente contrato nos termos abaixo especificados, mediante as cláusulas seguintes:

#### CLÁUSULA PRIMEIRA- OBJETO

1.1. O objeto do presente contrato é a prestação de serviços de publicidade, que compreende o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e supervisão da execução externa e a distribuição de ações comunicacionais junto a públicos de interesse, para atendimento das necessidades do Tribunal de Contas dos Municípios do Pará.

1.2. A justificativa da necessidade dessa contratação de agência de propaganda para a prestação de serviços de comunicação e de publicidade, abrange as atividades que estão especificadas no ETP e no item 2 do Termo de Referência

1.3. Faz parte deste contrato, independentemente de transcrição, o Termo de Referência, o Edital e seus anexos, bem como a proposta vencedora do certame.

#### CLÁUSULA SEGUNDA – DO PRAZO

O presente contrato terá duração inicial de 24 (vinte e quatro) meses, contados da data de sua publicação no PNCP, podendo esse prazo ser prorrogado, mediante acordo entre as partes, até o limite previsto no art. 94 da Lei 14.133/2021.

#### CLÁUSULA TERCEIRA – DA REMUNERAÇÃO

a) Pelos serviços prestados, a CONTRATADA será remunerada da seguinte forma:

b) Honorários de ..... % (..... por cento), incidentes sobre os custos comprovados e previamente autorizados de serviços realizados por fornecedores, com a efetiva intermediação da CONTRATADA, referentes à produção e à execução técnica de peças, campanhas e materiais publicitários que envolva criação da agência e cuja distribuição não proporcione à CONTRATADA o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, conforme item 15.9 deste Termo de referência.

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

d) Honorários de ..... % (por cento), incidentes sobre os custos de serviços realizados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peças, campanhas e materiais publicitários quando a responsabilidade da agência limitar-se à contratação ou pagamento do serviço ou suprimento, bem como a

realização de outros serviços realizados por fornecedores referentes a pesquisas de pré-teste e pós-teste – vinculadas à concepção e criação de campanhas e peças publicitárias – e à elaboração de marcas, de expressões de propaganda, de logotipos e de elementos de comunicação visual.

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

f) .....(..... por cento) dos valores previstos na tabela de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Pará, a título de ressarcimento dos custos internos dos trabalhos realizados pela própria CONTRATADA.

g) Os layouts, roteiros e similares reprovados não serão cobrados pela CONTRATADA.

h) A CONTRATADA não fará jus a honorários ou a qualquer outra remuneração sobre os custos de serviços realizados por fornecedores referentes à produção de peças e materiais cuja distribuição proporcione a ela o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação.

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

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

#### **CLÁUSULA QUARTA - DAS GARANTIAS**

A contratada prestará garantia pela execução das obrigações assumidas, correspondente a **5% (cinco por cento)** do valor do contrato, cabendo à mesma optar por uma das seguintes modalidades de garantia previstas nos [incisos II e III do art. 96 da Lei 14.133/2021](#).

#### **CLÁUSULA QUINTA- DA DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA**

As despesas decorrentes desta licitação correrão por conta das seguintes dotações orçamentárias:

a) 03101.01.131.1454-8745 - Publicidade Institucional. Fonte: 01500000001. Elemento de Despesa: 339039.

b) 03101.01.122.1454-8559 -Operacionalização da Gestão Administrativa. Fonte: 01500000001. Elemento de Despesa: 339039.

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

Constituem obrigações da futura CONTRATADA, além das demais previstas no termo contratual:

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

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

c) Comprovar, no **prazo máximo de 30 (trinta) dias corridos**, a contar da data da assinatura deste instrumento, que possuem individualmente, em Belém-PA e Região Metropolitana, estrutura de atendimento compatível com o volume e a característica dos serviços a serem prestados à CONTRATANTE, representada, no mínimo, pelos seguintes profissionais:

- 01 (um) profissional na área de atendimento;

- 01 (um) profissional na área de planejamento;

- 02 (dois) profissionais na área de criação;

- 01 (um) profissional nas áreas de produção impressa e eletrônica;

- 01 (um) profissional na área de mídia.

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

e) Envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a

fornecedores e veículos e transferir à CONTRATANTE as vantagens obtidas.

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

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

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

h.1) Apresentar 03 (três) propostas obtidas entre pessoas jurídicas previamente cadastradas pela CONTRATANTE, nos termos do disposto no art. 14 da Lei n.º 12.232/10.

h.2) Se não houver possibilidade de obter 03 (três) propostas de preços, a CONTRATADA deverá apresentar as justificativas pertinentes, por escrito.

i) Corrigir, reparar, remover, substituir às suas expensas, no total ou em parte, o objeto do contrato em que se verificarem defeitos ou incorreções, resultantes da entrega das prestações dos serviços apontados pelo fiscal do contrato, sem gerar ônus algum para a contratante.

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

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

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

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

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

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

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

q) Entregar à CONTRATANTE, até o dia 05 do mês subsequente, um relatório de despesas de produção e veiculação autorizadas no mês anterior e um relatório dos serviços em andamento, este com os dados mais relevantes para uma avaliação do estágio em que se encontram.

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

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

t) Manter, durante a execução deste Contrato, todas as condições de habilitação exigidas na concorrência que deu origem a este ajuste, bem como cumprir a legislação trabalhista e securitária com relação a seus empregados e, se e quando for o caso, com relação a empregados de fornecedores contratados.

u) Responsabilizar em observar os Direitos Autorais, licenciamentos de uso de imagens, fotografias, obras audiovisuais e outras sempre quando for o caso e comprovar mediante a apresentação de concessão e autorização de uso contendo finalidade, meio e prazo de validade da cessão do direito autoral.

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

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

**CLÁUSULA SÉTIMA - DAS OBRIGAÇÕES DO CONTRATANTE**

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

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

**CLÁUSULA OITAVA - DA FISCALIZAÇÃO**

- a) A execução do contrato deverá ser acompanhada e fiscalizada pelo(s) fiscal(is) do contrato, ou pelos respectivos substitutos ([Lei nº 14.133, de 2021, art. 117, caput](#));
- b) O fiscal do contrato acompanhará a execução do contrato, para que sejam cumpridas todas as condições estabelecidas no contrato, de modo a assegurar os melhores resultados para a Administração. (Decreto nº 11.246, de 2022, art. 22, VI);
- c) O fiscal do contrato anotará no histórico de gerenciamento do contrato todas as ocorrências relacionadas à execução do contrato, com a descrição do que for necessário para a regularização das faltas ou dos defeitos observados. ([Lei nº 14.133, de 2021, art. 117, §1º](#), e [Decreto nº 11.246, de 2022, art. 22, II](#));
- d) Identificada qualquer inexatidão ou irregularidade, o fiscal do contrato emitirá notificações para a correção da execução do contrato, determinando prazo para a correção. ([Decreto nº 11.246, de 2022, art. 22, III](#));
- e) O fiscal do contrato verificará a manutenção das condições de habilitação da contratada, acompanhará o empenho, o pagamento, as garantias, as glosas e a formalização de apostilamento e termos aditivos, solicitando quaisquer documentos comprobatórios pertinentes, caso necessário ([Art. 23, I e II, do Decreto nº 11.246, de 2022](#)).
- f) Caso ocorra descumprimento das obrigações contratuais, o fiscal administrativo do contrato atuará tempestivamente na solução do problema, reportando ao gestor do contrato para que tome as providências cabíveis, quando ultrapassar a sua competência; ([Decreto nº 11.246, de 2022, art. 23, IV](#)).
- g) A contratada declara aceitar integralmente todos os métodos e processos de inspeção, verificação e controle adotados pela Contratante.
- h) O fiscal deste contrato será designado, após a assinatura contratual, através de Portaria que será devidamente publicada no Diário Oficial Eletrônico do TCM/PA.

**CLÁUSULA NONA - DAS INFRAÇÕES E SANÇÕES ADMINISTRATIVAS**

9.1. Comete infração administrativa, nos termos do [Art. 155 da Lei nº 14.133, de 2021](#), o Contratado que:

- I - der causa à inexecução parcial da avença;
- II- der causa à inexecução parcial do contrato que cause grave dano à Administração ou ao funcionamento dos serviços públicos ou ao interesse coletivo;
- III- der causa à inexecução total da avença;
- IV- deixar de entregar a documentação exigida para qualificação na contratação direta;
- V- não manter a proposta, salvo em decorrência de fato superveniente devidamente justificado;
- VI- não celebrar o contrato ou não entregar a documentação exigida para a contratação, quando convocado dentro do prazo de validade de sua proposta;
- VII- ensejar o retardamento da execução do objeto da contratação sem motivo justificado;
- VIII- prestar declaração falsa durante a inexecubilidade de licitação ou execução do contrato;
- IX- fraudar a contratação ou praticar ato fraudulento na execução do contrato;

- X- comportar-se de modo inidôneo ou cometer fraude de qualquer natureza;
- XI- praticar atos ilícitos com vistas a frustrar os objetivos da contratação;
- XII- praticar ato lesivo previsto no [art. 5º da Lei n. 12.846 /2013](#).
- 9.2. Serão aplicadas ao responsável pelas infrações administrativas acima descritas as seguintes sanções:
- 9.2.1. Advertência: quando o Contratado der causa à inexecução parcial do contrato, sempre que não se justificar a imposição de penalidade mais grave ([art. 156, §2º, da Lei 14.133/21](#));
- 9.2.2. Impedimento de licitar e contratar, quando praticadas as condutas descritas nas alíneas [II, III, IV, V, VI e VII do caput do art. 155 da Lei 14.133/21](#), sempre que não se justificar a imposição de penalidade mais grave ([art. 156, §4º, da Lei 14.133/21](#));
- 9.2.3. Declaração de inidoneidade para licitar e contratar, quando praticadas as condutas descritas nas [alíneas VIII, IX, X, XI e XII do caput do art. 155 da Lei 14.133/21](#), bem como nas alíneas [II, III, IV, V, VI e VII](#) que justifiquem a imposição de penalidade mais grave que a sanção referida no [§4º](#). ([art. 156, §5º, da Lei 14.133/21](#))
- 9.3 Multa:
- a) Moratória de 5% (cinco por cento) por dia de atraso injustificado sobre o valor da parcela inadimplida, até o limite de 10 (dez) dias;
- b) O atraso superior a 10 (dez) dias autoriza a Administração a promover a rescisão do contrato por descumprimento ou cumprimento irregular de suas cláusulas, conforme dispõe o [inciso I do art. 137 da Lei n. 14.133, de 2021](#);
- e) e) compensatória de 10% (dez por cento) sobre o valor total do contrato, no caso de inexecução total do objeto.
- 9.4. A aplicação das sanções previstas neste termo não exclui, em hipótese alguma, a obrigação de reparação integral do dano causado à Administração ([art. 156, §9º da Lei n. 14.133/2021](#)).
- 17.7.5.1. Todas as sanções previstas neste Termo de Referência poderão ser aplicadas cumulativamente com a multa ([art. 156, §7º da Lei n. 14.133/2021](#)).
- 9.5. Antes da aplicação da multa será facultada a defesa do interessado no prazo de 15 (quinze) dias úteis, contado da data de sua intimação ([art. 157 da Lei n. 14.133/2021](#)).
- 9.6. Se a multa aplicada e as indenizações cabíveis forem superiores ao valor do pagamento eventualmente devido pelo Contratante ao Contratado, além da perda desse valor, a diferença será descontada da garantia prestada ou será cobrada judicialmente ([art. 156, §8º da Lei n. 14.133/2021](#)).
- 9.7. Previamente ao encaminhamento à cobrança judicial, a multa poderá ser recolhida administrativamente no prazo máximo de 30 (trinta) dias, a contar da data do recebimento da comunicação enviada pela autoridade competente.
- 9.8. A aplicação das sanções realizar-se-á em processo administrativo que assegure o contraditório e a ampla defesa ao Contratado, observando-se o procedimento previsto no caput e parágrafos do [art. 158 da Lei nº 14.133/2021](#), para as penalidades de impedimento de licitar e contratar e de declaração de inidoneidade para licitar ou contratar.
- 9.9. Na aplicação das sanções serão considerados ([art. 156, §1º da Lei n. 14.133/2021](#)):
- 9.9.1. A natureza e a gravidade da infração cometida;
- 9.9.2. As peculiaridades do caso concreto;
- 9.9.3. As circunstâncias agravantes ou atenuantes;
- 9.9.4. Os danos que dela provierem para o Contratante;
- 9.9.5. A implantação ou o aperfeiçoamento de programa de integridade, conforme normas e orientações dos órgãos de controle.
- 9.10. Os atos previstos como [infrações administrativas na Lei nº 14.133, de 2021](#) que também sejam tipificados como atos lesivos na [Lei n. 12.846/2013](#), serão apurados e julgados conjuntamente, nos mesmos autos, observados o rito procedimental e autoridade competente definidos na referida Lei ([art. 159 da Lei n. 14.133/2021](#)).
- 9.11. A personalidade jurídica do Contratado poderá ser desconsiderada sempre que utilizada com abuso do direito para facilitar, encobrir ou dissimular a prática dos atos ilícitos previstos neste Contrato ou para provocar confusão patrimonial, e, nesse caso, todos os efeitos das sanções aplicadas à pessoa jurídica serão estendidos aos seus administradores e sócios com poderes de administração, à pessoa jurídica sucessora ou à

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

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

9.12. As sanções de impedimento de licitar e contratar e declaração de inidoneidade para licitar ou contratar são passíveis de reabilitação na forma do art. 163 da Lei n. 14.133/21.

## CLÁUSULA DÉCIMA – DO VALOR ESTIMADO

O presente contrato está estimado em **R\$ 1.350.000,00 (um milhão e trezentos e cinquenta mil reais)**, para um período de **12 (doze) meses**, sendo que para publicidade e **propaganda, em R\$ 1.300.000,00 (um milhão e trezentos mil reais)**, e para serviços de **comunicação R\$ 50.000,00 (cinquenta mil reais)**.

## CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA - DESCONTO DE AGÊNCIA

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

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

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

## CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA - CONDIÇÕES DE PAGAMENTO

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

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

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

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

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

e) Os documentos de cobrança e demais documentos necessários ao reembolso de despesas deverão ser encaminhados ao endereço a seguir, com **antecedência mínima de dez dias da data do vencimento**, dos quais deverão constar a citação ao Contrato nº .... /2024 e a manifestação de aceitação do gestor contratual;

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

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

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

h) Os pagamentos a fornecedores e veículos serão efetuados, pela CONTRATADA, imediatamente após a

compensação bancária dos pagamentos feitos pela CONTRATANTE.

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

j) A CONTRATADA apresentará à CONTRATANTE um relatório com datas e valores dos pagamentos realizados a fornecedores e veículos até o dia 1º do mês subsequente ao do pagamento.

### **CLÁUSULA DÉCIMA TERCEIRA - DA EXTINÇÃO CONTRATUAL**

O contrato decorrente deste certame poderá ser extinto, conforme previsão contida nos [artigos 137, 138 e 139 da Lei 14.133/2021](#), em especial, salientamos:

I- por ato unilateral e escrito da Administração, exceto no caso de descumprimento decorrente de sua própria conduta;

II- consensual, por acordo entre as partes, por conciliação, por mediação ou por comitê de resolução de disputas, desde que haja interesse da Administração;

III- por decisão arbitral, em decorrência de cláusula compromissória ou compromisso arbitral, ou por decisão judicial.

§ 1º A extinção determinada por ato unilateral da Administração e a extinção consensual deverão ser precedidas de autorização escrita e fundamentada da autoridade competente e reduzidas a termo no respectivo processo.

§ 2º Quando a extinção decorrer de culpa exclusiva da Administração, o contratado será ressarcido pelos prejuízos regularmente comprovados que houver sofrido e terá direito a:

I- devolução da garantia;

II- pagamentos devidos pela execução do contrato até a data de extinção;

III- pagamento do custo da desmobilização.

(hipóteses contidas no [Art. 138 da Lei 14.133/2021](#)).

### **CLÁUSULA DÉCIMA QUARTA - DAS OBRIGAÇÕES PERTINENTES À LGPD**

14.1. As partes deverão cumprir a [Lei nº 13.709, de 14 de agosto de 2018 \(LGPD\)](#), quanto a todos os dados pessoais a que tenham acesso em razão do certame ou do contrato administrativo que eventualmente venha a ser firmado, a partir da apresentação da proposta no procedimento de contratação, independentemente de declaração ou de aceitação expressa. 15.12.2. Os dados obtidos somente poderão ser utilizados para as finalidades que justificaram seu acesso e de acordo com a boa-fé e com os princípios do [art. 6º da LGPD](#).

14.2. É vedado o compartilhamento com terceiros dos dados obtidos fora das hipóteses permitidas em Lei. 15.12.4 A Administração deverá ser informada no prazo de 5 (cinco) dias úteis sobre todos os contratos de sub-operação firmados ou que venham a ser celebrados pela Contratada.

14.3. Terminado o tratamento dos dados nos termos do [art. 15 da LGPD](#), é dever do contratado eliminá-los, com exceção das hipóteses do [art. 16 da LGPD](#), incluindo aquelas em que houver necessidade de guarda de documentação para fins de comprovação do cumprimento de obrigações legais ou contratuais e somente enquanto não prescritas essas obrigações.

14.4. É dever do contratado orientar e treinar seus empregados sobre os deveres, requisitos e responsabilidades decorrentes da LGPD.

14.5. A Contratada deverá exigir de sub-operadores e subcontratados o cumprimento dos deveres da presente cláusula, permanecendo integralmente responsável por garantir sua observância.

14.6. O Contratante poderá realizar diligência para aferir o cumprimento dessa cláusula, devendo o Contratado atender prontamente eventuais pedidos de comprovação formulados.

14.7. A Contratada deverá prestar, no prazo fixado pelo Contratante, prorrogável justificadamente, quaisquer informações acerca dos dados pessoais para cumprimento da LGPD, inclusive quanto a eventual descarte realizado.

14.8. Bancos de dados formados a partir de contratos administrativos, notadamente aqueles que se proponham a armazenar dados pessoais, devem ser mantidos em ambiente virtual controlado, com registro individual rastreável de tratamentos realizados ([LGPD, art. 37](#)), com cada acesso, data, horário e registro da finalidade, para efeito de responsabilização, em caso de eventuais omissões, desvios ou abusos.

14.9. Os referidos bancos de dados devem ser desenvolvidos em formato interoperável, a fim de garantir a reutilização desses dados pela Administração nas hipóteses previstas na LGPD.

14.10. O contrato está sujeito a ser alterado nos procedimentos pertinentes ao tratamento de dados pessoais, quando indicado pela autoridade competente, em especial a Autoridade Nacional de Proteção de Dados (ANPD) por meio de opiniões técnicas ou recomendações, editadas na forma da LGPD.

#### **CLÁUSULA DÉCIMA QUINTA- DAS ALTERAÇÕES LEGAIS**

15.1. Eventuais alterações contratuais reger-se-ão pela disciplina dos [arts. 124 e seguintes da Lei nº 14.133, de 2021](#).

15.2. A Contratada é obrigada a aceitar, nas mesmas condições contratuais, os acréscimos ou supressões que se fizerem necessários, até o limite de 25% (vinte e cinco por cento) do valor inicial atualizado do contrato.

15.3. As alterações contratuais deverão ser promovidas mediante celebração de termo aditivo, submetido à prévia aprovação da consultoria jurídica da Contratante, salvo nos casos de justificada necessidade de antecipação de seus efeitos, hipótese em que a formalização do aditivo deverá ocorrer no prazo máximo de 1 (um) mês ([art. 132 da Lei nº 14.133, de 2021](#)).

15.4. Registros que não caracterizam alteração do contrato podem ser realizados por simples apostila, dispensada a celebração de termo aditivo, na forma do [art. 136 da Lei n. 14.133/2021](#).

#### **CLÁUSULA DÉCIMA SEXTA– DA FISCALIZAÇÃO**

Será designado servidor do TRIBUNAL DE CONTAS DOS MUNICÍPIOS DO ESTADO DO PARÁ para representar a Administração no exercício do dever de acompanhar e fiscalizar a execução do presente contrato, nos termos do [Inciso II do art.104 c/c Art. 117 da Lei nº 14.133/2021](#).

#### **CLÁUSULA DÉCIMA SÉTIMA – PUBLICAÇÃO**

Incumbirá ao contratante divulgar o presente instrumento no Portal Nacional de Contratações Públicas (PNCP), na forma prevista no [art. 94 da Lei n. 14.133/2021](#), bem como no respectivo sítio oficial na Internet, em [atenção ao art. 91, caput, da Lei n. 14.133/2021](#), e ao [art. 8º, §2º, da Lei n. 12.527/2011](#), para dessa maneira garantir o princípio da publicidade presente no art. 37 da Constituição Federal, como forma de estabelecer a devida transparência na gestão dos recursos públicos.

#### **CLÁUSULA DÉCIMA OITAVA - DOS DIREITOS AUTORAIS (Lei nº 9.610/1998)**

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

18.1.1. A remuneração dos direitos patrimoniais mencionados no subitem precedente é considerada incluída nas modalidades de remuneração definidas nas Cláusulas Sexta e Sétima deste contrato.

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

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

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

18.2. Com vistas às contratações relacionadas a bens e serviços especializados que envolvam direitos de autor e conexos, nos termos do art. 49 da Lei nº 9.610/1998, a CONTRATADA solicitará, dos fornecedores, orçamentos que prevejam a cessão dos respectivos direitos patrimoniais pelo prazo definido pela CONTRATANTE.

18.2.1. A CONTRATADA utilizará os trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos de autor e conexos dentro dos limites estipulados no respectivo ato de cessão e condicionará a contratação ao estabelecimento, no ato de cessão, orçamento ou contrato, de cláusulas em que o fornecedor dos bens e dos serviços

especializados garanta a cessão pelo prazo definido pela CONTRATANTE, em cada caso, e se declare ciente e de acordo com as condições estabelecidas nos subitens 18.2.1.1 e 18.2.2.

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

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

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

18.2.2.1. 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 IPCA – Índice de Preços ao Consumidor Amplo, ou por outro índice que o venha a substituir, desde que decorrido pelo menos um ano da cessão original dos direitos.

18.2.3. Quando da reutilização de quaisquer peças publicitárias, conforme previsto nos subitens 10.8.1.1 e 18.2.2, o valor a ser pago pela CONTRATANTE será negociado caso a caso, tendo como parâmetros básicos a qualidade e os preços praticados no mercado, obedecidos os percentuais máximos definidos neste contrato.

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

18.4. A CONTRATADA se obriga a fazer constar, em destaque, os preços dos cachês, os de cessão de direito de uso de obra(s) consagrada(s), incorporada(s) à peça e os de cessão dos demais direitos patrimoniais de autor e conexos, nos orçamentos de produção aprovados pela CONTRATANTE.

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

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

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

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

18.5.1. Se a CONTRATANTE pretender utilizar imagens que impliquem direitos de imagem e som de voz, constantes da cópia mencionada no inciso II do subitem 18.5, adotará as medidas cabíveis para a remuneração dos detentores desses direitos, nos termos da legislação.

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

#### **CLÁUSULA DÉCIMA NONA - DA EXECUÇÃO DO CONTRATO DO PRAZO DE ENTREGA**

Fica consignado que a execução deste contrato se dará sob demanda com vigência a partir de sua publicação no Portal Nacional de Compras Públicas - PNCP.

## CLÁUSULA VIGÉSIMA DÉCIMA NONA – DO FORO (art. 92, §1º)

Fica eleito o Foro da comarca de Belém, capital do Estado do Pará, para dirimir os litígios que decorrerem da execução deste Termo de Contrato que não puderem ser compostos pela conciliação.  
Belém/PA, de junho de 2024.

Conselheiro ANTONIO JOSÉ COSTA DE FREITAS GUIMARÃES  
Conselheiro Presidente do TCM/PA  
CONTRATANTE

CONTRATADA

Testemunhas:

1-Nome: \_\_\_\_\_ CPF/MF: \_\_\_\_\_  
2-Nome: \_\_\_\_\_ CPF/MF: \_\_\_\_\_

**ANEXO IX****TERMO DE CONFIDENCIALIDADE****PROCESSO: PA202415358 /TCMPA**  
**CONCORRÊNCIA nº 01/2024**

1. Eu,....., integrante da Subcomissão Técnica responsável pelo julgamento técnico do presente processo de Concorrência realizado pelo TRIBUNAL DE CONTAS DOS MUNICÍPIOS DO ESTADO DO PARÁ, para a contratação de agência de propaganda, regido pelas Leis Federais nº 12.232/2010 e nº 14.133/21, comprometo-me a manter o sigilo e a confidencialidade, com relação às Propostas Técnicas apresentadas pelas licitantes participantes do presente certame e às informações relacionadas ao seu julgamento e pontuações atribuídas aos quesitos e subquesitos analisados.
2. Comprometo-me, ainda, nos termos da Lei Federal nº 12.813/2013 e da Lei Federal nº 14.133/21, a:
- I – NÃO divulgar ou fazer uso de informações privilegiadas, em proveito próprio ou de terceiro, obtida em razão das atividades exercidas nesta Subcomissão Técnica;
  - II – NÃO exercer atividade que implique a prestação de serviços ou a manutenção de relação de negócio com pessoa física ou jurídica que tenha interesse na Concorrência em comento;
  - III – NÃO exercer, direta ou indiretamente, atividade que, em razão da sua natureza, seja incompatível com as atribuições da Subcomissão Técnica que agora ocupo para a análise e julgamento das Propostas Técnicas da Concorrência em comento;
  - IV – NÃO atuar, ainda que informalmente, como procurador, consultor, assessor ou intermediário de interesses privados, relacionados ao objeto da Concorrência;
  - V – NÃO praticar ato em benefício de pessoa jurídica que participe meu 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;
  - VI – NÃO receber presente de quem tenha interesse em minha decisão como membro desta Subcomissão Técnica, fora dos limites e condições estabelecidos em regulamento;
  - VII – NÃO prestar serviços, ainda que eventuais, a empresa de comunicação cuja atividade seja CONTRATADA pelo ente ao qual estou vinculado, ou responsável pela presente contratação; e
  - VIII – NÃO compor o quadro funcional, ou tornar-me sócio ou dirigente, de agência interessada em participar do certame licitatório onde haverá atuação da subcomissão.

Data:                    de                    de                    .

Assinatura do Integrante