

Protocolo 1.594/2025

De: Gabinete do Prefeito- PREFEITURA MUNICIPAL DE CÁCERES

Para: DCAT - DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO ADMINISTRATIVA E TELEFONIA

Data: 23/09/2025 às 11:11:30

Setores (CC):

DCAT

Setores envolvidos:

GAB-VER, DAL, DCAT

1.07-Resposta a Requerimento

Entrada*:

Site

Senhor Presidente:

Acusamos o recebimento do Ofício n. 0894/2025 – SL/CMC, através do qual essa Colenda Câmara encaminha-nos o Requerimento nº 194/2025, de autoria do ilustre vereador, Marcos Ribeiro (PSD), em resposta, vimos encaminhar o Ofício nº 1.683/2025-GP/PMC, e anexos.

Respeitosamente,

Ivanilde Melo.

Anexos:

DESPACHO_SMS_7.pdf

Oficio_n_1_683_2025_GP.pdf

Protocolo 7- 19.624/2025

De: Leiliane F. - SMS-AB

Para: SMS - Secretaria Municipal de Saúde

Data: 19/09/2025 às 17:52:39

Setores envolvidos:

SMS, GAB, GAB-ASS, SMS-CA, SMS-AB, SMEAE, SMEAE-COM, SMA - PROT, PROT-SMEAE

Requerimento Câmara

Prezado Secretário,

Segue para vossa assinatura e as demais providência.

Grata!

—

Leiliane Muniz Fonseca

Coordenadora da Atenção Básica

Anexos:

AMM.pdf

ESTUDO_TECNICO_PRELIMINAR_ok.pdf

MAPA_DE_RISCOS_ok_2_.pdf

PNCP.pdf

Relacao_dos_Profissionais_da_Vacinacao.pdf

RELATORIO_DE_VACINACAO.pdf

RELATORIO_DE_VACINACAO_1.pdf

RESPOSTA_DO_REQUERIMENTO_194.pdf

TABELA_SINAPRO_2024_COMPLETA.pdf

TERMO_DE_REFERENCIA_2024_comunicacao.pdf

AVISO DE EDITAL – CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 02/2024

O MUNICÍPIO DE CÁCERES, Estado de Mato Grosso por intermédio da Comissão Permanente de Licitação – CPL torna público, realização de licitação na modalidade CONCORRÊNCIA PÚBLICA, na forma PRESENCIAL, objetivando a contratação de agência de publicidade para prestação de serviços técnicos visando a elaboração de projetos e campanhas com o fim específico de divulgar as ações da Prefeitura Municipal de Cáceres-MT, conforme as especificações constantes no edital e seus anexos.

Realização: 23 de agosto de 2024 às 08h00min horário de local.

Valor estimado: R\$ 1.500.000,00 (um milhão um milhão e quinhentos mil reais).

Observação: O Edital e seus anexos poderão ser obtidos na Avenida Brasil nº 119 – C.O.C. – Jardim Celeste, CEP: 78210-906 - Cáceres-MT, ainda através do portal <http://www.caceres.mt.gov.br>, pelo email: licitacao@caceres.mt.gov.br, ou ainda no Portal Nacional de Compras Públicas através do link: https://pncp.gov.br/app/editais?q=&status=recebendo_proposta&pagina=1.

Prefeitura de Cáceres, 03 de julho de 2024.

Alice de Fátima Gonzaga Araujo

Agente da Contratação

**SECRETARIA MUNICIPAL DE ADMINISTRAÇÃO
DECRETO Nº 435 DE 1º DE JULHO DE 2024**

A PREFEITA MUNICIPAL DE CÁCERES, ESTADO DE MATO GROSSO, no uso das atribuições que lhe confere o Artigo 74, Inciso VIII da Lei Orgânica Municipal, e:

CONSIDERANDO o que consta no Memorando nº 23.448, de 29 de junho de 2024;

RESOLVE:

Art. 1º Nomear a servidora **DANIELLE SOUZA CEBALHO DE PAULA**, para exercer o cargo em Comissão de Direção da Escola da EM Desembargador Gabriel Pinto de Arruda, da Secretaria de Educação do Município de Cáceres, Estado de Mato Grosso, pelo período de 1º de julho de 2024 a 27 de dezembro de 2024.

Art. 2º Este Decreto entrará em vigor na data da sua publicação, revogando-se as disposições em contrário.

Prefeitura Municipal de Cáceres, 1º de julho de 2024.

ANTÔNIA ELIENE LIBERATO DIAS

Prefeita Municipal de Cáceres

FRANSÉRGIO ROJAS PIOVESAN

Secretário Municipal de Educação

**SECRETARIA MUNICIPAL DE ADMINISTRAÇÃO
PORTARIA Nº. 471 DE 03 DE JULHO DE 2024**

O SECRETÁRIO MUNICIPAL DE ADMINISTRAÇÃO, no uso de suas atribuições legais que lhe confere a Lei nº. 2.218, de 22 de dezembro de 2009, alterada pela Lei nº 2.258, de 16 de dezembro de 2010, o Decreto nº 098, de 24 de fevereiro de 2011 e o Decreto nº 153 de 01 de abril de 2013,

CONSIDERANDO a emenda constitucional nº. 103 de 12/11/2019, em seu art. 9º, § 3º, no qual estabelece que afastamentos por incapacidade temporária para o trabalho e o salário-maternidade serão pagos diretamente pelo ente federativo e não correrão à conta do regime próprio de previdência social ao qual o servidor se vincula;

CONSIDERANDO o que consta no processo sob Memorando nº 13.892, de 20 de abril de 2020;

RESOLVE:

Art.1º Prorrogar a licença para tratamento de saúde, da Servidora **EVA-NICE ROSALINA AMANCIO**, Auxiliar de Enfermagem(S/G), lotada na Secretaria de Saúde, com a integralidade da remuneração contributiva pelo período de 25/04/2024 a 26/06/2025.

Art.2º Esta Portaria entrará em vigor na data da sua publicação, revogadas as disposições em contrário, com seus efeitos desde 25 de abril de 2024.

Prefeitura Municipal de Cáceres, 03 de julho de 2024.

HERBERT DIAS

Secretário Municipal de Administração

**PROCESSO SELETIVO SIMPLIFICADO UNIFICADO - EDITAL Nº 003/
2023 EDITAL COMPLEMENTAR 048/2024**

A Secretaria Municipal de Assistência Social e Cidadania de Cáceres – MT, no uso de suas atribuições legais, conforme disposto no art.37, da Constituição da República Federativa do Brasil/88, na Lei Orgânica do Município, na Lei 1931/2005 e demais Leis que criaram os cargos.

RESOLVE:

I – CONVOCAR os (as) candidatos (as) Classificado (as) no **Processo Seletivo Simplificado Unificado nº 003/2023**, para comparecer na Secretaria Municipal de Assistência Social e Cidadania, situada na Avenida Brasil – Nº 119, bairro Jardim Celeste – COC, no dia **04/07/2024 das 08h00 as 11h00 e 14h00 as 17h00** para entrega de documentações para a devida contratação nos termos do **Edital 003/2023 do Processo Seletivo Simplificado Unificado**, conforme **Anexo I** deste edital;

II – INFORMAR que para ser contratado(a), no dia da lotação o candidato deverá apresentar cópias de documentos pessoais e afins, conforme **Anexo II**.

Cáceres-MT, 03 de julho de 2024.

Fabiola Campos Lucas

Secretária Mun. de Assistência Social e Cidadania

ANEXO I

CONVOCAÇÃO PARA LOTAÇÃO/ATRIBUIÇÃO

CARGO: AUXILIAR DE CUIDADOR

Nº	NOME	DATA NASCIMEN-TO	MEDIA FI-NAL
00011	GREISIELE SECUNDINO DAN-TAS	03/03/2000	52.000

ANEXO II

DOCUMENTOS NECESSÁRIOS PARA CONTRATAÇÃO

RELAÇÃO DE PESSOAIS e AFINS	
1	Cópia RG e CPF (Legível)
2	Cópia da Certidão de Casamento ou Nascimento
3	Cópia do Título de Eleitor
4	Documentos que comprovem estar quites com obrigações eleitorais https://www.tre-mt.jus.br/eleitor/certidoes/quitac...
5	Cópia de Certificado de Reservista (masculino)
6	Cópia da Carteira de Trabalho (páginas onde constam, número e série da CTPS, Qualificação Civil e Contrato de Trabalho: último registro de contrato e a próxima página em branco)
7	Cópia CNH (Em caso de cargo específico verificar a categoria exigida)
8	Cópia de Cadastro no PIS/PASEP
9	Cópia do Diploma / Comprovante de Escolaridade
10	1 Foto 3X4 Atualizada
11	Cópia da Carteira do Conselho de Classe MT, quando se tratar de profissão Regulamentada incluindo comprovante de quitação de anuidade
12	Número CPF Pai, Mãe, Cônjuge, Filhos e/ou Dependentes, se os pais forem falecidos apresentar atestado de óbito ou declaração de não convivência com os pais.
13	Cópia da Certidão de Nascimento dos filhos



ESTUDO TÉCNICO PRELIMINAR Nº 01/2024

Contratação de agência de publicidade e propaganda especializada na prestação de serviços de planejamento, criação, produção, distribuição, veiculação, controle e acompanhamento de campanhas e peças publicitárias, a serem realizados na forma de execução indireta.

1. JUSTIFICATIVA DA AQUISIÇÃO

1.1.Necessidade a ser atendida

- 1.1.1 Considerando que o artigo 37, caput da Constituição Federal/1988 prescreve que a administração pública obedecerá ao princípio da publicidade, entre outros.
- 1.1.2 Atentando-se para o artigo 54, inciso I, da Lei nº 14.133/21, que exige a publicação de avisos contendo os resumos dos editais de licitação em jornal diário de grande circulação no Estado.
- 1.1.3 Considerando, por fim, a necessidade de que os atos administrativos concernentes às contratações públicas sejam levados a efeito de modo transparente e eficaz, a fim de possibilitar a utilização eficiente dos recursos públicos, torna-se imperioso, portanto, que o Prefeitura Municipal de Cáceres/MT disponha de meios propícios para a publicação de atos administrativos, razão pela qual, no entender da Secretaria de Administração, a contratação de empresa especializada na publicação de matérias/anúncios em jornais de grande circulação é de suma importância para o desenvolvimento das atividades-meio do PM, sobretudo no que toca à consecução das contratações públicas.
- 1.1.4 A comunicação realizada por uma instituição pública relaciona-se às disposições legais de um Estado de direito, que tem,



dentre suas obrigações, fornecer aos cidadãos as informações indispensáveis ao funcionamento da sociedade, por meio da divulgação da oferta de serviços prestados e da prestação de contas de suas realizações.

- 1.1.5 A presente contratação tem por objetivo dar conhecimento à sociedade, de forma clara e transparente, das ações governamentais praticadas neste Município, no que se refere à administração do patrimônio público. Logo, a contratação de empresa prestadora de serviços de publicidade e propaganda é ferramenta essencial para o cumprimento dessa missão, razão pela qual se dá início a este processo licitatório.
- 1.1.6 A agência de publicidade ou agência de propaganda de acordo com a Lei nº 4.680/65, Artigo 3º, a Agência de Propaganda é pessoa jurídica especializada na arte e técnica publicitárias,
- 1.1.7 que, através de especialistas, estuda, concebe e distribui propaganda aos Veículos de Divulgação, por ordem e conta de Clientes Anunciantes, com o objetivo de promover a venda de produtos e serviços, difundir ideias ou informar o público a respeito de organizações ou instituições colocadas a serviço desse mesmo público.
- 1.1.8 Além disso, o serviço de publicidade e propaganda é tratado pelos doutrinadores, em especial, Jessé Torres destaca que: “A prestação de serviços de execução contínua é aquela cuja falta paralisa ou retarda o serviço de sorte a comprometer a correspondente função estatal ou paraestatal. (.) Cabe à Administração, diante das circunstâncias de cada caso e do interesse do serviço, decidir pela prorrogação dos serviços contínuos por até 60 meses.”.⁴
- 1.1.9 O fundamental direito à informação, possui escopo no inciso XXXIII do art. 5º; do parágrafo 3º do art. 37, bem como no parágrafo 2º do art. 216, todos da Constituição Federal, é viabilizado pelo princípio da publicidade, propiciando ao cidadão acesso aos dados que entender necessários à sua atuação, como agente político passivo.

1.1.10 O direito à informação pública é essencial para a prática da cidadania, sendo papel da esfera governamental, no campo da comunicação pública, promover a adequada compreensão pública das funções governamentais, fornecer informações contínuas a respeito da administração pública, bem como disponibilizar meios que ofereçam ao cidadão a oportunidade de influenciar a política e as ações do Governo.

1.1.11 Verificando exemplificativamente as campanhas que as Administrações Públicas municipais realizam normalmente, e a imperiosa necessidade de serem divulgadas aos cidadãos, pode-se constatar a importância de que a comunicação governamental não sofra solução de continuidade, pois constitui meio fundamental para persuadir o público a utilizar os serviços que lhe são disponibilizados pela Administração Pública (nos campos da saúde, da educação, da segurança entre outros) ou a assimilar determinadas ideias (aderir a uma causa social, por exemplo).

1.1.12 Essa necessidade de interação dos órgãos públicos com os cidadãos não é mera divulgação de dados, mas tem por fim incutir na mente das pessoas determinados dados, seja para educar, informar ou orientar a sociedade.

1.1.13 É de se lembrar que a publicidade governamental tem como fins, dentre outros, informar os cidadãos de seus direitos e deveres, bem como dar maior conhecimento sobre:

- a) Os serviços públicos;
- b) Prestar contas e divulgar suas realizações;
- c) Dar maior visibilidade aos órgãos públicos;
- d) Promover e proteger a cidadania;

1.1.14

1.1.15 A mobilização da população em torno de esforços de prevenção e de combate aos problemas sociais, econômicos e sobretudo sanitários, campanhas essas inquestionavelmente revestidas de utilidade pública.

1.1.16 Deve-se lembrar que campanhas de promoção da saúde têm o

intuito de promover hábitos saudáveis, fornecer orientações para o uso da infraestrutura de saúde, e gerar mobilização, individual ou coletiva em torno da saúde.

- 1.1.17 Reveste-se a atuação da Administração Pública de um caráter preventivo, justamente para evitar que lhe caiba remediar as situações de crise na saúde.
- 1.1.18 Como destacou o ministro do Tribunal de Contas da União, Benjamin Zymler: “Ocorre que o serviço de publicidade, mesmo sendo divisível contratualmente, não o é para efeito de licitação, tanto da perspectiva econômica, quanto da de utilidade. Isto porque, além de ser dispendioso o lançamento de uma licitação para cada campanha, quando a necessidade de comunicação surge, em geral não se tem como esperar que o certame seja processado, sob pena de fazer a ação intempestiva. É próprio da informação publicitária o aproveitamento de oportunidades. (Acórdão n. 3233/2010 – Plenário)”.
- 1.1.19 Lembramos ainda a lição do douto professor Diógenes Gasparini, segundo o qual: “serviço de execução contínua é o que não pode sofrer solução de continuidade na prestação que se alonga no tempo, sob pena de causar prejuízos à Administração pública que dele necessita. Por ser de necessidade perene para a Administração Pública, é atividade que não pode ter sua execução paralisada, sem acarretar-lhe danos. É, em suma, aquele serviço cuja continuidade da execução a Administração Pública não pode dispor, sob pena do comprometimento do interesse público.”.⁵
- 1.1.20 O Tribunal de Contas da União, em seu abalizado manual Licitações & Contratos⁶ orienta para que o prazo de contrato para prestação de serviços contínuos possa ser estabelecido para um determinado período, além de não ser necessário coincidir a vigência com o ano civil, e prorrogado, por iguais e sucessivos períodos, a fim de obter preços e condições mais vantajosos até o limite de sessenta meses, desde que:

- O edital e o contrato estabeleçam expressamente a condição de prorrogação;
- A prorrogação não altere o objeto e o escopo do contrato;
- O preço contratado esteja em conformidade com o de mercado e, portanto, seja vantajoso para o contratante;
- A condição vantajosa da prorrogação esteja devidamente justificada nos autos do processo administrativo.

1.1.21 A Fundamentação da Contratação e de seus quantitativos encontra-se pormenorizada em tópico específico do presente Estudo Técnico Preliminar.

1.2. Partes interessadas/público-alvo

São partes interessadas na presente contratação as unidades que compõem a Prefeitura Municipal de Cáceres, ou seja, todas as Secretarias, com vistas a publicação de atos administrativos e judiciais, sobretudo os atos relativos a licitações e contratações públicas, serviços públicos prestados, divulgação de anúncios, publicidade de eventos, outras atividades realizadas pela Prefeitura de Cáceres – MT.

Basta atentar para as diversas áreas de interesse da Administração Pública para a solução de problemas sociais de que são acometidas as populações das cidades brasileiras: na SAÚDE, SANEAMENTO, ARRECADAÇÃO DE TRIBUTOS, DEFESA CIVIL, ASSISTÊNCIA SOCIAL, ORDENAMENTO URBANO, EDUCAÇÃO, MOBILIDADE

URBANA e DESPORTOS, propagação do TURISMO e CULTURA LOCAL, dentre outros.

1.3. Alinhamento entre a necessidade da contratação e o planejamento estratégico do PM

Atendimento às necessidades dos servidores e usuários da Prefeitura ao encontro do negócio institucional, não apresentando conflito com o Planejamento Estratégico Institucional e Resoluções ou com objetivos organizacionais relacionados à gestão das aquisições e contratações. A necessidade desta contratação encontra-se respaldada no artigo 54, inciso I, da Lei nº14.133/21.

2. REQUISITOS DA SOLUÇÃO

Com o objetivo de cumprir com a demanda, a empresa a ser contratada deverá cumprir requisitos como dispor de profissionais devidamente treinados e qualificados para a realização das publicações, bem como providenciar que a matéria enviada pelas Secretarias da Prefeitura de Cáceres – MT seja publicada de acordo com o disposto no termo de referência.

Deverá deter expertise em utilização de materiais, ferramentas e equipamentos necessários à realização dos serviços contratados.

3. LEVANTAMENTO DAS OPÇÕES DISPONÍVEIS

Os serviços de publicações de atos, administrativos e matérias afins, de interesse do Prefeitura Municipal de Cáceres do Estado de Mato Grosso a serem executados serão contratados por meio de procedimento licitatório, observando os dispositivos legais, notadamente a Lei n. 14.133/2021, bem como as demais normas pertinentes.

3.1. histórico da aquisição

Os serviços objeto deste Estudo Técnico Preliminar atualmente não são prestados.

3.2. Identificação das opções disponíveis

Foram analisadas contratações similares feitas por outros órgãos, por meio de consultas a outros Estudos Técnicos Preliminares – ETP's, com o objetivo de identificar a existência de novas metodologias, tecnologias ou inovações que melhor atendessem às necessidades da Administração, sendo que, as identificadas, foram incorporadas na contratação em análise.

A existência de várias empresas do ramo no mercado, assim como a prática comum da atividade, caracteriza que se trata de serviço que não possui restrição no mercado.

3.3. Adequação do ambiente

Por se tratar de serviço comum, não se vislumbram necessidades específicas de adequação

dos ambientes.

3.4. Custo e benefício das opções disponíveis

A solução que atende as necessidades da Administração em CONTRATAÇÃO DE AGÊNCIA DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA ESPECIALIZADA NA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PLANEJAMENTO, CRIAÇÃO, PRODUÇÃO, DISTRIBUIÇÃO, VEICULAÇÃO, CONTROLE E ACOMPANHAMENTO DE CAMPANHAS E PEÇAS PUBLICITÁRIAS, A SEREM REALIZADOS NA FORMA DE EXECUÇÃO INDIRETA,

com vigência inicial de 12 (doze) meses, podendo ser prorrogada por iguais e sucessivos períodos, limitada a 60 (sessenta) meses.

Quanto à forma de contratação, a opção escolhida é CONCORRÊNCIA, melhor técnica e preço.

Quanto ao fornecimento de equipamentos e materiais para a prestação dos serviços, a opção escolhida é a de que a empresa utilize seus próprios equipamentos e materiais necessários para a execução do serviço.

3.5. DA DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA

As despesas decorrentes da execução do presente Termo de Referência correrão à conta de recursos próprios do orçamento vigente, alocado sob a classificação funcional:

Órgão/Unidade	Funcional-Programática	Natureza da Despesa	Fonte de Recursos
020201	2013	3.3.90	1.1.500

3.5.1. A estimativa de custo levou em consideração o risco envolvido na contratação e sua alocação entre contratante e contratado, conforme especificado na matriz de risco constante do Contrato.

4. INDICAÇÃO DA SOLUÇÃO MAIS ADEQUADA

A solução que melhor atende as necessidades da Prefeitura Municipal de Cáceres/MT, é a

Assinado por 2 pessoas: LEILIANE MUNIZ FONSECA e CLAUDIO HENRIQUE DONATONI
Para verificar a validade das assinaturas, acesse <https://caceres.1doc.com.br/verificacao/3A48-B91A-73F4-3C43>



CONTRATAÇÃO DE AGÊNCIA DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA ESPECIALIZADA NA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PLANEJAMENTO, CRIAÇÃO, PRODUÇÃO, DISTRIBUIÇÃO, VEICULAÇÃO, CONTROLE E ACOMPANHAMENTO DE CAMPANHAS E PEÇAS PUBLICITÁRIAS, A SEREM REALIZADOS NA FORMA DE

EXECUÇÃO INDIRETA, de acordo com as especificações e exigências estabelecidas no Termo de Referência que balizará o processo licitatório.

Os serviços a contratar visam atender a necessidade Prefeitura Municipal de Cáceres/MT de forma permanente, contínua e por mais de um exercício financeiro, assegurando a integridade do patrimônio público e o necessário funcionamento das atividades da Licitação, de modo a manter a competente prestação jurisdicional, missão institucional da Administração Pública.

5. QUANTIFICAÇÃO DOS SERVIÇOS

5.1.1 JUSTIFICATIVA DO QUANTITATIVO E VALOR ESTIMADO PARA NOVA LICITAÇÃO AGENCIA DE PUBLICIDADE.

5.1.2 Considerando os resultados obtidos no exercício anterior, principalmente em relação as campanhas de arrecadação que contribuíram para que o município de Cáceres encerrasse o exercício de 2023 com um superávit de R\$ 25.708.451,17.

5.1.3 Considerando que o contrato vigente foi pensado para atender todas as demandas do município, tanto para atender as secretarias Municipais de Saúde, Educação e Turismo, houve-se a necessidade de aditar o contrato 122-2023 em 25%.

5.1.4 Quantitativo do valor: R\$ 1.500.000,00 (Um milhão e Quinhentos mil reais).

5.1.5 Considerando o quantitativo informado, foi pensado para atender as ações institucionais, consequentemente de todas as secretarias pertencentes ao município de Cáceres.

5.1.6 Considerando as despesas decorrentes de publicidade no exercício anterior;

5.1.7 Considerando o valor estimado constante no anexo V, do termo de referência;

Ante o exposto justificamos o quantitativo e valor estimado do presente processo.

6. INDICADORES DE DESEMPENHO DA AQUISIÇÃO

Relatório de publicação: A cada 30 (trinta) dias deverá ser apresentado um relatório contendo todas as publicações realizadas neste período. Caso o relatório apresente alguma inconsistência, será solicitado novo relatório.

Aferição do Fiscal: A aferição da quantidade e da qualidade será realizada pelo Fiscal, que ratificará ou solicitará a elaboração de novo relatório de publicações. Apresentada a nota fiscal juntamente com toda a documentação que a deve acompanhar, deverá o fiscal atestar a regular realização dos serviços ali especificados. Serão observados os prazos contidos no Termo de Referência, parte integrante do Contrato.

Identificação de Irregularidades: Havendo necessidade de complementação dos documentos, de retificação da nota fiscal ou de regularização de algum dos documentos que a devem acompanhar, o fiscal notificará a Contratada para que o faça no período de até 5 (cinco) dias úteis;

Avaliação da qualidade dos serviços: A avaliação mensal dos serviços será realizada por meio da verificação da prestação dos serviços, conforme descrito no Termo de Referência e no Contrato, avaliando o prazo da publicação e qualidade da digitalização e impressão.

7. INDICAÇÃO DAS RESTRIÇÕES INTERNAS E DAS PROVIDÊNCIAS A SEREM ADOTADAS PREVIAMENTE À CELEBRAÇÃO DO CONTRATO

A contratação dos serviços objeto deste estudo preliminar e de suma importância para Prefeitura Municipal de Cáceres/MT, buscando-se resultados positivos, produtividade com ganhos de eficiência na qualidade da prestação dos serviços e cumprimento das obrigações contratuais.

Necessário salientar, que no termo contratual serão estabelecidas todas as obrigações da Contratante e da Contratada, contendo os direitos e deveres de cada parte.

Por se tratar de contratação de solução em continuidade, a equipe não vislumbrou nenhuma restrição interna de caráter técnico, operacional, regulamentar, financeiro e orçamentário, que possam dificultar a implementação da solução a ser contratada.

8. VIGÊNCIA DA AQUISIÇÃO

A presente contratação terá o prazo de até 05 (cinco) anos, eis que se trata de prorrogação sucessiva de contratos de serviços e fornecimento contínuos, mediante

previsão no edital e demonstração de vantajosidade e qualidade na prestação dos serviços, conforme Leis nº 14.133/21.

9. FUNDAMENTAÇÃO LEGAL

- Constituição Federal de 1988;
- Lei nº 14.133/21;
- Lei nº 12.232/2010.

10. DO TIPO DE DISPUTA:

10.1. A licitação se dará na modalidade Concorrência Pública, tipo Técnica e Preço, na forma presencial em atendimento aos critérios exigidos na Lei 12.232/2010.

11. CONCLUSÃO DO GESTOR

Considerando o cumprimento a Lei nº 14.133/21 no que se refere as publicações, com vigência inicial de 12 (doze) meses, podendo ser prorrogada por iguais e sucessivos períodos, limitada a 60 (sessenta) meses., para que se produza os resultados pretendidos.

Cáceres, 26 de Março de 2024.

JEREMIAS PEREIRA LEITE

Secretário Municipal Especial de Assuntos Estratégicos

ALESSANDRO FIRMINO DA SILVA

Assessor Técnico

MAPA DE RISCOS

GERENCIAMENTO DE RISCO

Assim como toda contratação, vislumbram-se alguns riscos em curso na presente contratação. Não se incluem, neste mapa de riscos, aqueles voltados à gestão do contrato e execução dos serviços, mas apenas os que tangiam o processo que permeia até a formalização da contratação.

DESCRIÇÃO DO OBJETO

CONTRATAÇÃO DE AGÊNCIA DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA ESPECIALIZADA NA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PLANEJAMENTO, CRIAÇÃO, PRODUÇÃO, DISTRIBUIÇÃO, VEICULAÇÃO, CONTROLE E ACOMPANHAMENTO DE CAMPANHAS E PEÇAS PUBLICITÁRIAS, A SEREM REALIZADOS NA FORMA DE EXECUÇÃO INDIRETA, PARA A DIVULGAÇÃO DE TRABALHOS INSTITUCIONAIS DA PREFEITURA MUNICIPAL DE CÁCERES-MT.

1. Planejamento

Risco 01	Risco:	Selecionar equipe inadequada para o planejamento da contratação	
	Probabilidade:	Média	
	Impacto:	Médio	
	Dano 1:	Realizar matérias, divulgações e informações incompletas ou imprecisas, podendo ocasionar prejuízos na contratação.	
	Id	Ação Preventiva	Responsável
	1	Escolher equipe com conhecimentos suficientes para elaboração dos produtos e materiais de mídia em tempo hábil, para que não haja prejuízos durante a fase de planejamento.	Equipe Técnica da Secretaria Municipal de Assuntos Estratégicos – Setor Comunicação.
	Id	Ação de Contingência	Responsável
Risco 02	1	Substituir membros da equipe técnica que não estejam tendo rendimento.	Secretário Municipal de Assuntos Estratégicos – Setor Comunicação.
	2	Designar membros com mais experiência em elaboração de estudo e contratação pública.	Secretaria Municipal de Administração.
	Risco:	Quantificação inadequada da demanda	
	Probabilidade:	Média	
	Impacto:	Alto	
	Dano 1:	Realizar estudo falho, impreciso que impactaria na execução do objeto da contratação.	
	Id	Ação Preventiva	Responsável

	1	Escolher equipe técnica com conhecimentos e experiência para quantificar de forma precisa os insumos que serão gastos.	Equipe Técnica da Secretaria Municipal de Assuntos Estratégicos – Setor Comunicação.
	Id	Ação de Contingência	Responsável
	1	Substituir membros da equipe técnica que não estejam tendo rendimento.	Secretário Municipal de Assuntos Estratégicos – Setor Comunicação.
Risco 03	2	Designar membros com mais experiência em elaboração de estudo e contratação pública.	Secretário Municipal de Assuntos Estratégicos – Setor Comunicação.
	Risco:	Estimativa de preço inadequada	
	Probabilidade:	Baixa	
	Impacto:	Alto	
	Dano 1:	Realizar o processo licitatório e a empresa contratada para execução do objeto não demonstrar capacidade financeira para cumprir. Contratar o serviço com preço superior ao praticado no mercado causando prejuízo ao erário.	
	Id	Ação Preventiva	Responsável
	1	Utilizar o banco de preços pra contado do item a ser contratado.	Secretaria Municipal de Administração.
	2	Utilizar ampla pesquisa de mercado para parametrizar os valores a serem contratados	Secretaria Municipal de Administração.
	Id	Ação de Contingência	Responsável
Risco 04	1	Revisar os preços contratados, verificar se trata de objeto similar. Solicitar nova cotação caso não seja aceita.	Secretaria Municipal de Administração.
	Risco:	Especificação Insuficiente para os serviços	
	Probabilidade:	Baixa	
	Impacto:	Alto	
	Dano 1:	Serviços sendo prestados de forma que não abrange todas as necessidades institucionais.	
	Id	Ação Preventiva	Responsável
	1	Revisão de cada cláusula de obrigações da contratada e forma de prestação do serviço comparando com contratações similares históricas.	Secretário Municipal de Assuntos Estratégicos – Setor Comunicação.
	Id	Ação de Contingência	Responsável
		Estudar o grau de insuficiência e refletir sobre a vantajosidade na rescisão contratual e abertura de novo processo licitatório.	Equipe de Fiscalização – Setor Comunicação.

2. Seleção do(s) Fornecedor(s)

Risco 01	Risco:	Inaptidão da contratada para atender o objeto licitado
	Probabilidade:	Média
	Impacto:	Alto

	Dano 1:		Incapacidade operacional da contratada em atender as demandas.	
	Id	Ação Preventiva		Responsável
	1	O Edital deve prever a exigência de atestado de capacidade técnica compatível com o objeto a ser licitado em quantidade e complexidade		Secretário Municipal de Assuntos Estratégicos – Setor Comunicação.
	2	Capacitar pregoeiro e equipe de apoio do pregão		Secretário Municipal de Administração
	Id	Ação de Contingência		Responsável
	1	Fazer notificações a empresa, aplicar sanções		Fiscal de Contrato, Secretário Municipal de Assuntos Estratégicos e PGM.
	2	Planejamento para uma nova contratação e rescisão do atual contrato		Secretário Municipal de Assuntos Estratégicos – Setor Comunicação.
Risco 02	Risco:		Especificação inadequada no Edital e Anexos	
	Probabilidade:		Baixa	
	Impacto:		Alto	
	Dano 1:		Edital e anexos com redação inadequada.	
	Id	Ação Preventiva		Responsável
	1	Revisão do Edital e anexos.		Controladoria e Procuradoria Geral do Município (CGM E PGM)
	Id	Ação de Contingência		Responsável
	1	Revogação/anulação da licitação		Secretário Municipal de Assuntos Estratégicos – Setor Comunicação.
2	Cancelamento da Contratação			
3. Gestão de contrato				
	Risco:		Fiscalização ineficiente do contrato	

3. Gestão de contrato

	Risco:		Fiscalização ineficiente do contrato	
--	---------------	--	--------------------------------------	--

Risco 01	Probabilidade:	Baixa	
	Impacto:	Médio	
	Dano 1:	Falta de fiscalização no objeto contratado	
	Id	Ação Preventiva	Responsável
	1	Capacitação do fiscal do contrato	Secretário Municipal de Assuntos Estratégicos – Setor Comunicação.
	2	Fiscal de contrato com tempo hábil para desempenhar as funções de fiscalização	Fiscal de Contrato
	3	Acompanhamento das atividades do fiscal de contrato	Secretário Municipal de Assuntos Estratégicos – Setor Comunicação.
	4	Documentar o acompanhamento da fiscalização nos autos do processo	Fiscal de Contrato
	Id	Ação de Contingência	Responsável
	1	Verificar se está sendo feita a real fiscalização do contrato	Secretário Municipal de Assuntos Estratégicos – Setor Comunicação.
Risco 02	Risco:	Obrigações contratuais descumpridas	
	Probabilidade:	Média	
	Impacto:	Alta	
	Dano 1:	Descumprimento das obrigações contratuais pela contratada	
	Id	Ação Preventiva	Responsável
	1	Previsão de garantia contratual no Edital e anexos	Secretário Municipal de Assuntos Estratégicos – Setor Comunicação.
	2	Solicitação/exigência de garantia contratual	
	3	Acompanhamento da execução do contrato em relação ao cumprimento das obrigações contratadas	Fiscal de Contrato
	Id	Ação de Contingência	Responsável
	1	Notificar a empresa pelo descumprimento das obrigações	Fiscal de Contrato
		Proceder abertura de processo administrativo e aplicação de sanções administrativas	Secretário Municipal de Assuntos Estratégicos – Setor Comunicação.
		Planejamento para uma nova contratação e rescisão do atual contrato.	Secretário Municipal de Assuntos Estratégicos – Setor Comunicação.

Cáceres-MT, 26 de março de 2024.

Equipe Técnica da Secretaria Municipal de Assuntos Estratégicos

JEREMIAS PEREIRA LEITE

Secretário Municipal Especial de Assuntos Estratégicos

ALESSANDRO FIRMINO DA SILVA

Assessor Técnico

Assinado por 2 pessoas: LEILIANE MUNIZ FONSECA e CLAUDIO HENRIQUE DONATONI
Para verificar a validade das assinaturas, acesse <https://caceres.1doc.com.br/verificacao/3A48-B91A-73F4-3C43>



Edital nº 2/2024

Última atualização 03/07/2024

Local: Cáceres/MT **Órgão:** MUNICIPIO DE CACERES **Unidade compradora:** 2 - PREFEITURA MUNICIPAL DE CÁCERES

Modalidade da contratação: Concorrência - Presencial **Amparo legal:** Lei 14.133/2021, Art. 28, II **Tipo:** Edital **Modo de Disputa:** Fechado **Registro de preço:** Não

Data de divulgação no PNCP: 03/07/2024 **Situação:** Divulgada no PNCP **Data de início de recebimento de propostas:** 03/07/2024 07:30 (horário de Brasília)

Data fim de recebimento de propostas: 23/08/2024 07:59 (horário de Brasília)

Id contratação PNCP: 03214145000183-1-000064/2024 **Fonte:** Fiorilli Software

Justificativa da Modalidade Presencial:

Segue critérios da Lei 12.232/2010.

Objeto:

CONTRATAÇÃO DE AGÊNCIA DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA ESPECIALIZADA NA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PLANEJAMENTO, CRIAÇÃO, PRODUÇÃO, DISTRIBUIÇÃO, VEICULAÇÃO, CONTROLE E ACOMPANHAMENTO DE CAMPANHAS E PEÇAS PUBLICITÁRIAS, COMO ANÚNCIOS IMPRESSOS E ELETRÔNICOS EM TV, RÁDIO, JORNAL, REVISTA E QUALQUER OUTRO MEIO FÍSICO, NAS MÍDIAS DIGITAIS E REDES SOCIAIS, REALIZAÇÃO DE PESQUISAS E OUTROS INSTRUMENTOS DE AVALIAÇÃO, ALÉM DA CRIAÇÃO E DESENVOLVIMENTO DE FORMAS INOVADORAS DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA, A SEREM REALIZADOS NA FORMA DE EXECUÇÃO INDIRETA, PARA A DIVULGAÇÃO DE TRABALHOS INSTITUCIONAIS DA PREFEITURA MUNICIPAL DE CÁCERES-MT, ESTADO DE MATO GROSSO, NOS ESTRITOS TERMOS DA LEI FEDERAL Nº 12.232/2010, DE 29 DE ABRIL DE 2010.

Informação complementar:

CONCORRÊNCIA PÚBLICA, na forma PRESENCIAL, objetivando a contratação de agência de publicidade para prestação de serviços técnicos visando a elaboração de projetos e campanhas com o fim específico de divulgar as ações da Prefeitura Municipal de Cáceres-MT.

VALOR TOTAL ESTIMADO DA COMPRA

R\$ 1.500.000,00

Itens **Arquivos** Histórico

Nome ↕	Data ↕	Tipo ↕	Baixar ↕
7_-_Edital_de_abertura_completo_ou_convite_ou_edital_de_dispenso_ou_inexigibilid.pdf	03/07/2024	Edital	

Exibir: 1-1 de 1 itens

Página

< >

[< Voltar](#)



Criado pela Lei nº 14.133/21, o Portal Nacional de Contratações Públicas (PNCP) é o sítio eletrônico oficial destinado à divulgação centralizada e obrigatória dos atos exigidos em sede de licitações e contratos administrativos abarcados pelo novel diploma.

É gerido pelo Comitê Gestor da Rede Nacional de Contratações Públicas, um colegiado deliberativo com suas atribuições estabelecidas no Decreto nº 10.764, de 9 de agosto de 2021.

O desenvolvimento dessa versão do Portal é um esforço conjunto de construção de uma concepção direta legal, homologado pelos indicados a compor o aludido comitê.

A adequação, fidedignidade e correitude das informações e dos arquivos relativos às contratações disponibilizadas no PNCP por força da Lei nº 14.133/2021 são de estrita responsabilidade dos órgãos e entidades contratantes.

 <https://portaldeservicos.economia.gov.br>

 0800 978 9001

AGRADECIMENTO AOS PARCEIROS



ENFERMEIROS (A)	
NOME	UNIDADE
FABIO FERREIRA LANDIM	UBS CARAMUJO
JESSICA DO ESPIRITO SANTO BERNARDO	POSTÃO
MONICA HEYDUK	POSTÃO
RAFAELA VILA RAMOS PEREIRA DE FARO	CAIC
MIKELLY CRISTINA DA SILVA SANTANA BENEVIDES	CAIC
CRISTIANE REGINA GONÇALVES OLIVEIRA	JD. GUANABARA
NATHÁLIA DE CÁSSIA C. DOS SANTOS	JD. DAS OLIVEIRAS
KELLY GOMES DE OLIVEIRA	JD. PARAISO
RIZIA KALLY SILVA GUSMÃO	RODEIO
THAIS LAET SANTOS	SANTA ISABEL
BÁRBARA LARA FLORES	SANTOS DUMONT
KARLA SALVIANI AZEVEDO SANTOS	SANTOS DUMONT
LAURA MARIA PEREIRA FILSINGER	VILA IRENE
GRAZIELE AGUIAR DIAS	VISTA ALEGRE
RONILSON DO COUTO COSTA	VISTA ALEGRE
EDUARDO ALVES DA SILVA	UNIDADE MOVEL

TÉCNICOS (A) EM ENFERMAGEM	
NOME	UNIDADE
DILZA GONÇALVES PEIXOTO	POSTÃO
IKLIFIS DE OLIVEIRA ALVES	POSTÃO
JOELI CÁSSIA DA SILVA MAGALHÃES	POSTÃO
NILCEIA DA SILVA FERREIRA	POSTÃO
SUELLEN BENTA DA SILVA	POSTÃO
ANA ELIZETHE DA SILVA MONTEIRO	POSTÃO
IVANILDA INOCÊNCIO GOMES	CAIC
MILLENA ZABELE LUIZ AMORIM	CAIC
DAYANA KELREN DA SILVA ASSUNÇÃO	COHAB NOVA
ARIANE COSTA SILVA	JD. GUANABARA
MÁRCIA ROSA DE BARROS	JD. GUANABARA
MÁRCIA MARIA DA SILVA RIBEIRO	JD. GUANABARA
WILLER RAIMUNDO ANICETO	JD. GUANABARA
MARIA ADÁLIA RAMOS DA LUZA	JD. DAS OLIVEIRAS
THALES SULLIVAN DOS REIS ALVES	JD. DAS OLIVEIRAS
MERY ESTEFANE DA S. ENDLICHE DE OLIVEIRA	JD. PARAÍSO
SUELI PAULA DE OLIVEIRA	JD. PARAÍSO
APARECIDA LAUDICEIA DA SILVA SENABIO	RODEIO
CECILIA SILE JUSTINIANO	RODEIO
MARIA LEILIANE DA S. GONÇALVES DE JESUS	SANTA ISABEL
LUZINETE APARECIDA DA SILVA LEMES	SANTA ISABEL
ADÉLIA DE CARVALHO	SANTOS DUMONT
ANA BEATRIZ DA SILVA FELISBINO	SANTOS DUMONT
JENNIFFER THAIS MONASKI VILA	SANTOS DUMONT
FLÁVIA DE ARRUDA FARIAS	SANTOS DUMONT
KENIA FRANCISCO PEREIRA DE MATOS	SANTOS DUMONT
ANA ROSA CARDOSO	VILA IRENE
APARECIDA DE MELO	VISTA ALEGRE
CLEIDIANE BATISTA SILVA	VISTA ALEGRE

ELIZAMAR MARÇAL DE ARAÚJO	VISTA ALEGRE
LUÍS ANTONIO DELGADILLO SIVA ROMA	VISTA ALEGRE
JOSE FLORES ESPINOSA NETO	UNIDADE MOVEI

IMUNIZA + CÁCERES	
NOME	UNIDADE
ROSIELI RODRIGUES DE OLIVEIRA	IMUNIZA
MARCELO POQUIVIQUI	IMUNIZA
MIRIAN LUIZA DE SOUZA	IMUNIZA
GEICE PEREIRA DA SILVA	IMUNIZA
JONATHAN FERREIRA AMORIM	IMUNIZA
ELISÂNGELA SOUZA DE JESUS	IMUNIZA

TOTAL

CUSTO (Com Encargos)
8.256,74
9.332,53
9.793,76
16.316,29
8.256,74
11.683,96
8.256,74
8.479,91
8.256,74
8.115,59
9.615,97
8.968,21
13.243,57
16.322,60
10.706,35
8.775,97

CUSTO (Com Encargos)
9.082,97
3.991,60
7.799,41
3.976,04
3.979,45
5.011,32
6.208,73
3.991,60
7.799,41
7.270,50
4.012,68
3.991,60
8.670,19
3.991,60
4.405,52
8.205,07
4.024,62
4.288,44
3.991,60
3.991,60
7.111,45
4.036,76
4.036,76
4.019,71
3.991,60
3.991,60
4.775,10
9.069,65
4.036,76



9.383,82
3.991,60
2.457,95

CUSTO (Com Encargos)
2.457,95
2.457,95
7.300,00
9.800,00
9.800,00
9.800,00

375.584,30

FILTROS: Período: 01/01/2024 a 31/12/2024 | Unidade de saúde: Todas | Equipe: Todas | Profissional: Todos | CBO: Todos | Nível de detalhe: Unidade de saúde | Filtros personalizados: Nenhum

Relatório de vacinação - Série histórica

Unidade de saúde	01/2024	02/2024	03/2024	04/2024	05/2024	06/2024	07/2024	08/2024	09/2024	10/2024	11/2024	12/2024	Total
Centro de Saude Referencial	868	523	700	636	287	382	512	445	386	580	530	508	6.359
Posto de Saude Horizonte Doeste	0	1	0	5	1	2	0	1	0	2	1	0	11
Posto de Saude da Paiol	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
Posto de Saude de Vila Aparecida	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2
Posto de Saude do Limao	0	0	4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4
Unid Saude da Familia Vitoria Regia	44	51	101	84	97	180	61	87	45	142	260	135	1.287
Unid de Saude da Familia Marajoara	16	14	3	89	58	49	11	13	10	0	20	2	281
Unid de Saude da Familia Vista Alegre	56	201	251	228	178	195	116	181	154	213	304	148	2.229
Unidade Basica de Saude Dr Ademar Rocha de Oliveira Cavalhad	6	1	9	8	20	1	1	0	1	1	7	0	48
Unidade Basica de Saude Sadia	2	0	6	0	1	0	0	0	3	0	0	0	11
Unidade Basica de Saude Santa Isabel	147	291	254	269	367	443	336	275	273	415	445	242	3.041
Unidade Basica de Saude Vila Irene	460	130	390	409	425	334	417	345	338	385	624	301	4.119
Unidade Basiica de Saude Sao Miguel	1	0	1	0	0	1	10	0	0	0	0	0	13
Unidade Medica Movei	95	127	268	233	128	90	61	46	2	0	19	0	711
Unidade Saude Familia Jardim Guanabara	0	0	0	0	0	0	4	1	0	0	0	0	5
Unidade Saude Familia do Caramujo	113	52	108	75	39	99	48	41	22	53	75	35	500
Unidade de Saude Santos Dumont	1	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	3
Unidade de Saude da Familia Cohab Nova	128	1	3	7	2	17	6	1	2	47	84	32	216
Unidade de Saude da Familia Jd Paraíso	57	114	137	204	136	181	166	130	176	191	352	133	1.557
Unidade de Saude da Familia Vila Real	0	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2
Unidade de Saude da Familia do Caic	355	70	218	172	94	109	167	51	86	13	57	0	752
Unidade de Saude da Familia do Rodeio	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	110	43	164
Upa Pronto Atendimento Jose Souto Farias	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1
Total geral:	2.349	1.578	2.458	2.419	1.834	2.083	1.916	1.618	1.498	2.042	2.888	1.579	24.157

FILTROS: Período: 01/01/2024 a 31/12/2024 | Unidade de saúde: Todas | Equipe: Todas | Profissional: Todos | CBO: Todos | Nível de detalhe: Unidade de saúde | Filtros personalizados: Nenhum

Filtros personalizados

FILTROS: Período: 01/01/2025 a 30/09/2025 | Unidade de saúde: Todas | Equipe: Todas | Profissional: Todos | CBO: Todos | Nível de detalhe: Unidade de saúde | Filtros personalizados: Nenhum

Relatório de vacinação - Série histórica

Unidade de saúde	01/2025	02/2025	03/2025	04/2025	05/2025	06/2025	07/2025	08/2025	09/2025	Total			
Centro de Especialidades Medicas Cem	0	0	0	0	0	0	5	12	0	17			
Centro de Saude Referencial	631	479	534	1.449	1.429	1.542	981	619	128	7.792			
Cta Centro de Testagem e Aconselhamento Sae Caceres	0	0	0	25	0	0	0	0	0	25			
Hospital Regional Dr Antonio Fontes	0	0	0	0	0	0	0	83	0	83			
Posto de Saude da Paiol	0	0	0	0	0	0	0	0	3	3			
Posto de Saude de Vila Aparecida	0	0	1	0	95	28	192	34	0	350			
Unid Saude da Familia Vitoria Regia	190	123	93	426	295	340	165	172	64	1.868			
Unid de Saude da Familia Marajoara	0	4	5	2	0	13	0	0	0	24			
Unid de Saude da Familia Vista Alegre	212	132	166	386	500	540	716	255	54	2.961			
Unidade Basica de Saude Dr Ademar Rocha de Oliveira Cavalhad	0	1	1	12	0	0	1	0	0	15			
Unidade Basica de Saude Jardim das Oliveiras	0	16	39	199	137	245	214	181	32	1.063			
Unidade Basica de Saude Santa Isabel	404	235	221	919	1.014	943	851	347	76	5.010			
Unidade Basica de Saude Vila Irene	557	360	370	1.521	1.248	1.394	1.094	522	129	7.195			
Unidade Medica Movei	0	0	0	0	516	3.508	1.941	974	132	7.071			
Unidade Saude Familia Jardim Guanabara	6	2	0	0	300	198	155	85	15	761			
Unidade Saude Familia do Caramujo	43	21	18	217	160	141	105	39	16	760			
Unidade de Saude Santos Dumont	0	0	0	144	337	269	471	261	54	1.536			
Unidade de Saude da Familia Cohab Nova	46	26	19	229	170	249	151	66	19	975			
Unidade de Saude da Familia Jd Paraíso	137	81	24	243	464	249	183	189	45	1.615			
Unidade de Saude da Familia Vila Real	0	21	124	317	392	252	411	134	38	1.689			
Unidade de Saude da Familia do Caic	2	9	66	555	373	320	296	102	48	1.771			
Unidade de Saude da Familia do Rodeio	98	96	70	218	191	329	235	156	39	1.432			
Total geral:	2.326	1.606	1.751	6.862	7.621	10.560	8.167	4.231	892	44.016			

FILTROS: Período: 01/01/2025 a 30/09/2025 | Unidade de saúde: Todas | Equipe: Todas | Profissional: Todos | CBO: Todos | Nível de detalhe: Unidade de saúde | Filtros personalizados: Nenhum

Filtros personalizados



ESTADO DE MATO GROSSO
PREFEITURA MUNICIPAL DE CÁCERES
SECRETARIA MUNICIPAL DE SAÚDE

Cáceres-MT, 19 de setembro de 2025.

Da: Secretaria Municipal de Saúde

À Senhora Prefeita Eliene Liberato

Assunto: Resposta ao Ofício nº 0894/2025 – SL/CMC. Requerimento nº 194/2025.

Vossa Senhoria,

Com os nossos respeitosos cumprimentos, vimos, por meio do presente, prestar os devidos esclarecimentos em relação ao requerimento encaminhado.

A Secretaria Municipal de Saúde agradece pelo referido requerimento e reconhece a importância de sua proposição.

1. CAMPANHAS DE MÍDIA NA ÁREA DA SAÚDE:

a) O valor total gasto com as campanhas de mídia para a campanha de vacinação no município de Cáceres no ano de 2025.

Para o ano de 2025, foram utilizados R\$ 126.000,00 (cento e vinte e seis mil reais). Para a execução dos referidos serviços, foram utilizados diferentes meios de divulgação, abrangendo sites institucionais, emissoras de rádio e carros de som circulando pelo município, de modo a garantir ampla publicidade e alcance das informações junto à população. Graças aos veículos de comunicação, a população se conscientizou e houve adesão em massa, com o município atingindo índices antes não alcançados.

b) O valor total gasto com outras campanhas realizadas pela Secretaria de Saúde no município de Cáceres no período indicado no item “a”.

Informamos que, no período indicado no item “a”, não foram realizadas outras campanhas pela Secretaria Municipal de Saúde no município de Cáceres, além das campanhas de vacinação já mencionadas. Dessa forma, não houve gasto adicional referente a outras campanhas no período informado.





ESTADO DE MATO GROSSO
PREFEITURA MUNICIPAL DE CÁCERES
SECRETARIA MUNICIPAL DE SAÚDE

c) **Relatório detalhado contendo a relação de todos os sites e veículos de comunicação que receberam valores para a veiculação dessas campanhas.**

Informamos que esse controle de contratação de veículos para divulgação das campanhas, é de responsabilidade da Agência contratada.

d) **Os documentos comprobatórios que atestam o valor pago a cada um desses sites e veículos de comunicação no período indicado no item “a”.**

Tais informações solicitadas, são de responsabilidades da Agência contratada.

2. EXECUÇÃO DA CAMPANHA DE VACINAÇÃO:

a) **Relatório completo e oficial que indique o número total de pessoas vacinadas durante as campanhas realizadas pelo município.**

Ressaltamos que o sistema utilizado para o registro dos imunobiológicos aplicados é o E-SUS APS (PEC). Conforme os registros, no 2024, foram aplicadas 24.262 doses de vacinas.. Para o ano de 2025, até o mês de agosto, foram registradas 44.016 doses aplicadas, conforme demonstram os anexos encaminhados.

b) **Os documentos que comprovem o valor total gasto com a aquisição das vacinas.**

Informamos que os imunobiológicos são disponibilizados pelo Ministério da Saúde, por meio do Sistema Único de Saúde (SUS), de forma gratuita à população.

c) A relação e a quantidade de servidores públicos e veículos disponibilizados para a execução da campanha de vacinação, com a respectiva comprovação dos custos associados a cada um.

Em anexo a relação de dos profissionais que atuam nas salas de vacinas nas Unidades Básica de Saúde (UBS) e do Programa Imuniza + Cáceres





ESTADO DE MATO GROSSO
PREFEITURA MUNICIPAL DE CÁCERES
SECRETARIA MUNICIPAL DE SAÚDE

3. INFORMAÇÕES ADICIONAIS PARA ANÁLISE:

- a) **Considerando que as campanhas de publicidade são objeto de licitação ou contratação direta, requer-se a disponibilização de todos os documentos da fase preparatória, incluindo o estudo técnico preliminar e o termo de referência, nos termos do Art. 18 da Lei nº 14.133/2021.**

Documentos objeto do referido processo licitatório em anexo.

- b) **Requer-se a documentação comprobatória do critério de julgamento adotado.**

Documentos objeto do referido processo licitatório em anexo.

- c) **Conforme o Art. 94 da Lei nº 14.133/2021, os contratos e aditamentos devem ser divulgados no Portal Nacional de Contratações Públicas (PNCP). Requer-se os links diretos para a divulgação dos contratos de publicidade e dos demais instrumentos relacionados.**

Documentos objeto do referido processo licitatório em anexo.

- d) **Em caso de contratação direta, que se demonstre a inviabilidade de competição, conforme o Art. 74 da Lei nº 14.133/2021, bem como a justificativa do preço e a razão da escolha do contratado, conforme o Art. 72 da mesma lei.**

Documentos objeto do referido processo licitatório em anexo.

LEILIANE MUNIZ FONSECA
Decreto nº 074/2024

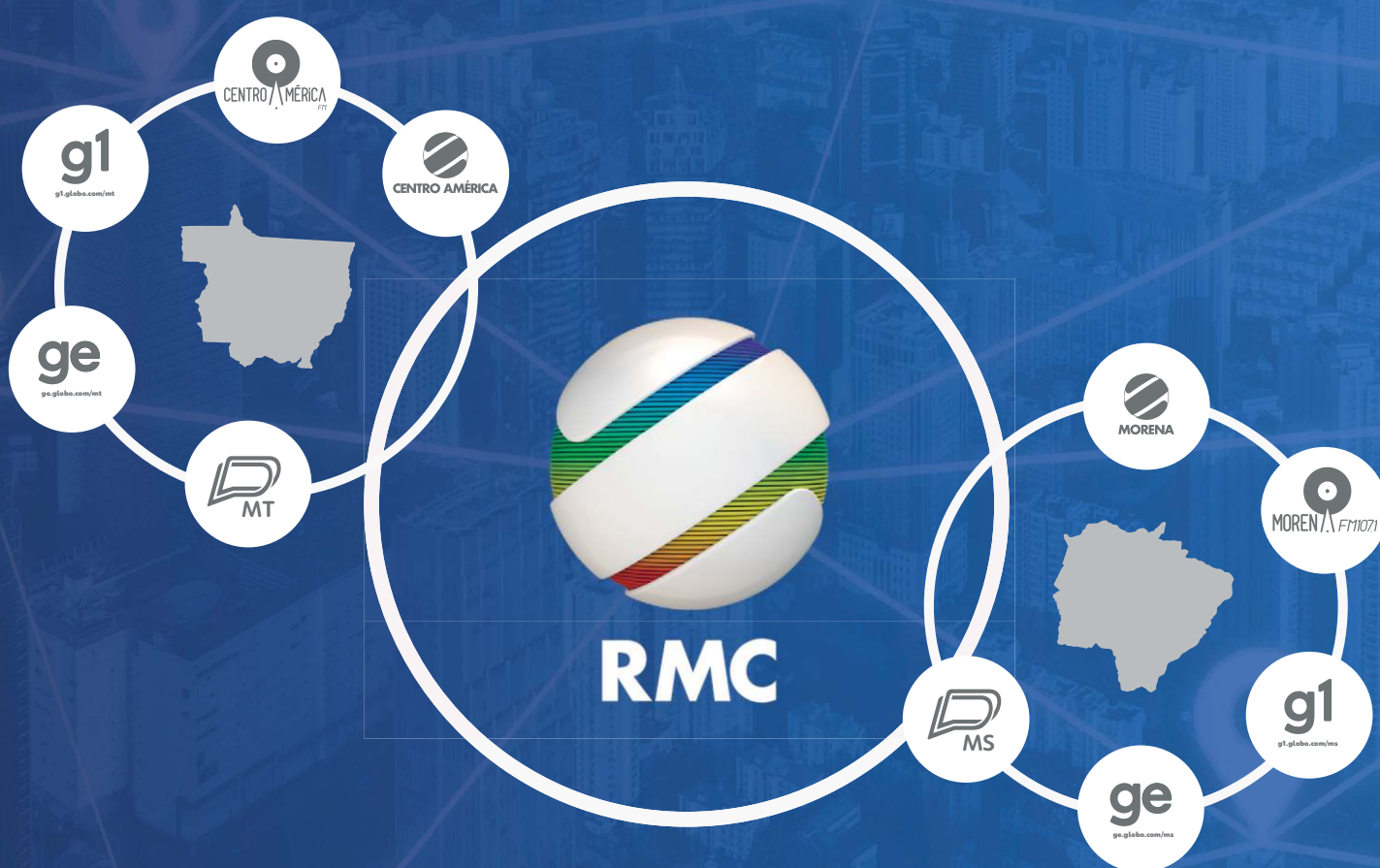
CLÁUDIO HENRIQUE DONATONI
Secretário Municipal de Saúde
Decreto nº 754/2024



2024

Assinado por 2 pessoas: LEILIANE MUNIZ FONSECA e CLAUDIO HENRIQUE DONATONI
Para verificar a validade das assinaturas, acesse <https://caceres.1doc.com.br/verificacao/3A44>

○ **UNIVERSO RMC** Possui um portfólio **multiplataforma** atual, que possibilita diversas conexões e leva informação e entretenimento para todo o estado de MT e MS



Com mais de **7 emissoras de TV** e **6 rádios**, fala com mais de **200 municípios** e mais de **5,7 milhões** de telespectadores e ouvintes potenciais.

PARA CADA PÚBLICO, UM CANAL.

PARA CADA DESAFIO, UMA SOLUÇÃO.



Quem anuncia no maior grupo de comunicação do estado, vê sua mensagem alcançar o público-alvo de maneira eficiente. **Seja na TV, no rádio, na internet ou no jornal**, conte com a experiência e o alcance do Grupo Gazeta de Comunicação para impulsionar a sua marca e atingir os melhores resultados.





**CUIABÁ
RONDONÓPOLIS
SINOP
NOVA MUTUM**

**2024 É COISA
NOSSA**

A GENTE IMPRIME INOVAÇÃO



Há mais de 30 anos no mercado, a Gráfica Print sabe o quanto é importante se manter atualizada.

Por isso, tão importante quanto manter o maior e mais completo parque gráfico de Mato Grosso, também é garantir que os clientes tenham acesso à tecnologia de última geração e a materiais de altíssima qualidade, com o melhor custo-benefício.

Tudo para que, ao receber seus impressos, você tenha certeza de que a Gráfica Print imprime confiança.

FALE COM A GENTE E FAÇA SEU ORÇAMENTO:



65 3617.7600
www.graficaprint.com.br

GRÁFICA
PRINT[®]
COMPROMISSO COM A QUALIDADE

[inverted]

Assinado por 2 pessoas: LEILIANE MUNIZ FONSECA e CLAUDIO HENRIQUE DONATONI
Para verificar a validade das assinaturas, acesse <https://caceres.1doc.com.br/verificacao/3A48-B91A-73F4-3C43>

Sintonize, com o que te faz bem, sintonize



A CDL CUIABÁ PODE FAZER MAIS PELO SEU NEGÓCIO



Plano de telefonia móvel empresarial



Certificado Digital PJ e PF



Conciliação de transações financeiras de cartões de crédito e débito



Consultas de Crédito SPC e Serasa



Cobrança SPC



Espaço de Eventos e Capacitações



Assessoria Jurídica



Benefícios e convênios

www.cdlcuiaba.com.br

Siga-nos nas
redes sociais



[65] 3615.1500



DIRETORIA

MANDATO: 2023/2025

Presidente: Cláudio Cesar Cordeiro

Agência: Gonçalves Cordeiro

Vice-presidente: Cleyton Marcos Laurindo

Agência: Cap Comunicação

Diretora Financeira: Ilioniza Lima

Agência: Dois Pontos

Diretores

Fabício Cardoso Alves

Agência: Monte Cristo Studio

Marcelo Mecena L. Brito dos Santos

Agência: Amarelo Laranja Comunicação

Luiz Gonzaga Rodrigues Júnior

Agência: Genius Publicidade

Roselane Goularte dos Santos

Agência: +2 Comunicação

Conselheiros Fiscais

Marcelo Corrêa de Brito

Agência: GMA Propaganda Cuiabá

Divina Filomena Gonçalves Gomes Winter

Agência: ADTG Publicidade

Wagner Xavier D Avila Lucena

Agência: Cidade Publicidade e Propaganda

Conselheiros Suplentes

Adriana Guedes

Agência: Dmd Associados

Ivan Barbosa dos Santos

Agência: S 1 Comunicação

Juliano Preima

Agência: Publica Propaganda

O QUE É A LISTA DE REFERÊNCIA DE CUSTOS INTERNOS?

A Lista de Referência de Custos Internos do Sinapro-MT é um importante instrumento de precificação dos trabalhos realizados pelas Agências de Publicidade e Propaganda do Estado de Mato Grosso.

Ela é uma somatória dos valores das tarefas alocadas para a realização dos trabalhos. Deve ser utilizada como base para a negociação dos valores da prestação dos serviços aos clientes.

Use-a diariamente e bons negócios.

FICHA TÉCNICA

Lista de Referência de Custos Internos

Publicação: 300

Coordenação: Fabiana Silva Campelo

Criação: Ivanildo Ramos Moreira

Diagramador: Kesley Oliveira Leite

Revisão: Madhalena Libos

Agradecimentos

Fenapro

Sinapro-SP

Sinapro-MG

Marcelo Ribeiro - Executivo Fenapro

MENSAGEM DO PRESIDENTE

SINERGIA E INOVAÇÃO

A Nova Era da Publicidade
em Mato Grosso e Além



Prezados Parceiros,

É com grande satisfação que, na qualidade de presidente do Sinapro/MT - Sindicato das Agências de Propaganda de Mato Grosso, dirijo-me a vocês nesta edição especial da Lista de Referência de Custos Internos 2024. Este documento não é apenas um guia, mas um manifesto do compromisso que compartilhamos em elevar o padrão da nossa indústria e criar um futuro vibrante para a comunicação em nosso mercado.

Nosso setor enfrenta desafios sem precedentes e oportunidades exponenciais. A publicidade, em sua essência, está sendo redefinida pelo avanço tecnológico e pela mudança nos comportamentos de consumo. Em Mato Grosso, temos uma particularidade que nos diferencia: nossa criatividade é acima da média, pois transcende fronteiras e ressoa em níveis nacionais e internacionais.

A responsabilidade que temos, não apenas como profissionais, mas como visionários, é imensa. Toda a diretoria do Sinapro/MT, dedica-se a fomentar um ecossistema onde a criatividade, a ética e a inovação não são apenas incentivadas, mas são a base de tudo que fazemos. É nosso papel buscar os recursos e o conhecimento necessários para prosperar nesta nova era.

Quero aproveitar esta oportunidade para expressar minha gratidão à Fenapro e ao seu presidente, Daniel Queiroz, pelo trabalho exemplar que vem sendo realizado. A colaboração entre o Sinapro/MT e a Fenapro tem sido fundamental para avançarmos em nossos objetivos comuns e reforçar a importância do nosso setor no panorama econômico e social.

Neste contexto de transformação, a Lista de Referência de Custos Internos é mais do que uma ferramenta, é um farol que ilumina o caminho para práticas de negócios justas e transparentes. Ela reflete nosso compromisso não só com a qualidade e a integridade, mas também com a sustentabilidade e a responsabilidade social.

Finalmente, este é um convite à ação para todos nós. Encorajo cada um de vocês a se engajar, inovar e colaborar. Vamos juntos construir um futuro em que a publicidade em Mato Grosso seja sinônimo de excelência, não apenas no Brasil, mas em todo o mundo. Juntos, temos o poder de transformar desafios em oportunidades e de escrever o próximo capítulo brilhante da nossa indústria.

Com sinceros agradecimentos,

Claudio Cordeiro
Presidente do Sinapro/MT - Fenapro

RECONHECIMENTO

1º EPISÓDIO

Num palco imaginário, onde as cortinas se abrem não para o drama ou para a comédia, mas para o espetáculo vibrante da publicidade e da comunicação, o Sinapro/MT se levanta, não com um megafone, mas com a caneta e o papel, as ferramentas mais poderosas do nosso tempo.

Primeiro, um aplauso, por favor, ao inigualável Humberto Mendes, cujas ideias publicitárias brilham mais que a luz de um holofote em uma noite escura. Humberto, mestre do verbo, que não apenas escreve, mas pinta sonhos em páginas de realidades, tecendo palavras como se fossem fios de ouro em um tecido de campanhas memoráveis e informações relevantes.

E, então, também com seu brilho, muito luminosa, aparece a guerreira dos tribunais, Doutora Helena Zóia. Com a espada da justiça e o escudo da lei, ela não apenas defende, ela avança, desbravadora, no terreno árido das legislações, garantindo que o show da publicidade possa continuar, livre e desimpedido.

Não nos esqueçamos de Mauro Cid, esse mago das estratégias, cujas jogadas de marketing são tão intrincadas e bem planejadas que faria o próprio Kasparov pausar para uma análise.

Ah, e claro, temos Geraldo Gonçalves, o maestro da orquestra. Com sua batuta em mãos, ele não dirige músicos, ele rege mentes criativas, inspirando ideias, com todos os tons e composições únicas como as de Chopin, harmonizando-as em sinfonias de projetos que ecoam nas salas de reuniões e no coração dos consumidores.

Por fim, e muito importante, João Pedro Marques, o visionário, aquele que olhou para o vasto nada e viu possibilidades. Ele, que começou, como um maestro sem orquestra, um pintor sem tela, mas com um sonho tão grande que ajudou a construir o palco onde todos nós agora dançamos.

Aplausos, senhoras e senhores, para esses titãs da publicidade e propaganda. O Sinapro/MT não apenas agradece, mas se curva em profundo respeito e admiração por essas estrelas que não apenas iluminam o caminho da publicidade em Mato Grosso, mas também guiam com suas constelações de ideias e valores, o futuro brilhante que todos nós aspiramos.

Portanto, ergam suas canecas, teclados ou o que tiverem à mão, em um brinde a esses gigantes, pois, sem eles, o palco estaria vazio, a tela em branco, e o mundo da publicidade, decididamente, muito menos colorido. Que continuem a inspirar, a desbravar e, acima de tudo, a criar a magia que chamamos de propaganda. E que o aplauso nunca cesse, pois é no reconhecimento que a verdadeira arte da comunicação se revela em todo o seu esplendor.

P.S: Em breve o segundo episódio da série Reconhecimento.

AR

FM 90.9

CUIABÁ

**A gente dá vida para suas ideias visuais.
É mais visibilidade para sua marca.**



**Letreiros, fachadas e impressão digital.
Aqui a sua marca aparece e você cresce.**

DMK
COMUNICAÇÃO VISUAL

COBRIMOS O SEU ORÇAMENTO.

Chame a DMK.

 (65) 9.9297-2172

 @DMKCOMUNICACAOVISUAL

Assinado por 2 pessoas: LEILIANE MUNIZ FONSECA e CLAUDIO HENRIQUE DONATONI
Para verificar a validade das assinaturas, acesse <https://caceros.1doc.com.br/verificacao/34448>

SUMÁRIO

Diretoria	07
O que é lista de referência de custos internos?	08
Mensagem do Presidente	09
Reconhecimento	10
Conceitos Básicos	14
Publicidade/Propaganda	14
Agência de Publicidade ou Agência de Propaganda	14
Anunciante ou Cliente	14
Fornecedor de Serviços	14
Veículos de Comunicação	14
CENP	14-15
O SINAPRO-MT	16
Custos Internos	17
Criação	17
Refação	18
Adaptação	18
Finalização	18
Consultoria de Comunicação	18
Planejamento de Comunicação	18
Custos Externos e Honorários de Produção	19
Desconto Padrão de Agência	19
Formas de Remuneração	20
Prazos Mínimos	20
Leis e Regulamentos da Propaganda	21
Conselho Executivo das Normas-Padrão – CENP	21
Conselho de Ética	21
Portal do Sinapro-MT	21
Observações Gerais	22
Planejamentos	24
Criação de Campanhas	24
Marcas/Nomes	24
Papelaria	25
Mídia Impressa Jornal	25
Mídia Impressa Publicidade Legal/Balanços	25
Mídia Impressa Revista	26
Gravação de Arquivos para Veiculação ou	
Transmissão Via Rede	26
Mídia Eletrônica Audiovisuais	27
Gravação Transmissão (Via Rede)	27
Mídia Outdoor	28
Mídia Indoor	29
Design Editorial	29
Embalagens	29
Materiais Impressos	30
Materiais Promocionais	31-32-33
Outros Serviços	33
Print (por cópia) / Montagem de Boneco	33
Multimídia	33
Design Gráfico Político Identidade Visual	34
Campanha Política	34
Serviços adicionais	34
Anúncio Display	35
Formatos Publicitários mais Utilizados	35
Mobile – Feature Phones	35
Mobile – Smart Phones Web & Apps	35
Outras Peças	35
Projetos Business Intelligence	36
Projetos Campanhas Digitais	36
Gestão de Campanhas de Performance	36
Planejamento de Redes Sociais	36
Gestão de Redes Sociais	37
Projetos SEO (Search Engine Optimization)	37-38
Projetos Website	38
Projetos Hotsite	38
Projetos Mobile Site	38
Projetos Blog	38
Projetos Landing Page	39
Projetos E-commerce	39
Projetos E-mail Marketing	39
Projeto Newsletter	39
Modelo de Precificação Opcional	40



CONCEITOS BÁSICOS

PUBLICIDADE / PROPAGANDA

É, nos termos do Artigo 2º do Decreto nº 57.690/66, qualquer forma remunerada de difusão de ideias, mercadorias, produtos ou serviços por parte de um Anunciante identificado.

AGÊNCIA DE PUBLICIDADE OU AGÊNCIA DE PROPAGANDA

De acordo com a Lei nº 4.680/65 – Artigo 3º: Agência de Propaganda é pessoa jurídica e especializada na arte e técnica publicitárias, que, através de especialistas, estuda, concebe e distribui propaganda aos Veículos de Divulgação, por ordem e conta de Clientes Anunciantes, com o objetivo de promover a venda de produtos e serviços, difundir ideias ou informar o público a respeito de organizações ou instituições colocadas a serviço desse mesmo público.

ANUNCIANTE OU CLIENTE

São, nos termos do Artigo 8º do Decreto nº 57.690/66, empresa, entidade ou indivíduo que utilizam a propaganda.

FORNECEDOR DE SERVIÇOS

É a pessoa física ou jurídica especializada e tecnicamente capacitada a fornecer os serviços ou suprimentos necessários ao estudo, à concepção e à execução da publicidade, em complementação ou apoio às atividades da Agência, do Anunciante e do Veículo.

VEÍCULOS DE COMUNICAÇÃO

É, nos termos do Artigo 10º do Decreto nº 57.690/66, qualquer meio de divulgação visual, auditiva ou audiovisual.

Temos diversos Veículos de Comunicação à disposição das Agências de Propaganda e dos Clientes/Anunciantes. São considerados Veículos de Comunicação: jornais, veículos de mídia exterior, websites, portais, revistas, emissoras de rádio, emissoras de televisão, entre outros.

CENP

O Conselho Executivo das Normas-Padrão é uma entidade de ética, com atuação nacional, criada e mantida exclusivamente pelo setor privado para assegurar boas práticas comerciais entre

Anunciantes, Agências de Publicidade e Veículos de Comunicação.

Baseia-se nas Normas-Padrão da Atividade Publicitária, documento orientador de melhores práticas, atuando de forma permanente em quatro importantes áreas:

1. Certifica a qualidade técnica da Agência de Publicidade, assegurando que ela tenha estrutura física e de pessoal compatível com o mercado no qual atua, inclusive quanto ao uso competente de pesquisas de mídia.
2. Mantém depósito, para comprovação pública, das listas de preços dos Veículos de Comunicação, instrumento inibidor de práticas desleais na oferta de preços pelos serviços de veiculação da publicidade.
3. Credencia os serviços de informações de mídia oferecidos pelas empresas especializadas e credencia, também, institutos/empresas para atuarem na verificação de circulação dos Veículos de Comunicação impressos.
4. Atua como fórum permanente de discussão técnico-comercial da área publicitária. Não é ente público, mas tem as Normas e a Certificação reconhecidas pela legislação federal como instrumento para entes públicos que utilizam a publicidade para o exercício da comunicação.

Item 6.4 das Normas Padrão

6.4 É facultado à Agência negociar parcela do “desconto padrão de agência” a que fizer jus com o respectivo Anunciante, observados os parâmetros contidos no ANEXO “B” – SISTEMA PROGRESSIVO DE SERVIÇOS/BENEFÍCIOS, os quais poderão ser revistos pelo Conselho Executivo do CENP.

ANEXO “B” - SISTEMA PROGRESSIVO DE SERVIÇOS/BENEFÍCIOS

Investimento bruto percentual negociável do anual em mídia

Percentual negociável do desconto-padrão de agência a ser aplicado sobre o investimento bruto do anunciante

Até R\$ 2.500.000,00 Nihil

De R\$ 2.500.000,01 A R\$ 7.500.000,00
Até 2% (dois por cento) do investimento bruto

De R\$ 7.500.000,01 A R\$ 25.000.000,00
Até 3% (três por cento) do investimento bruto

De R\$ 25.000.000,01 Em diante
Até 5% (cinco por cento) do investimento bruto

www.cenp.com.br



O Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Mato Grosso-Sinapro-MT, é uma entidade sindical, sem fins lucrativos, que reúne e representa agências de propaganda sediadas no Estado de Mato Grosso, Fundado em 25 de agosto de 1997, a entidade representa, defende interesses comuns e contribui para a contínua evolução e profissionalização das agências de propaganda do Estado.

Somos formados por agências de propaganda de todos os portes, denominadas Contribuintes, que se beneficiam de nossas iniciativas em defesa de seus interesses. Filiando-se, as agências gozam de serviços e benefícios exclusivos, que contribuem para seu contínuo aprimoramento e crescimento.

Benefícios Sinapro MT

Convênios

O Sinapro-MT oferece a seus associados os seguintes serviços e benefícios:

- representação institucional
- lista de referência de custos internos
- assessoria jurídica
- assessoria contábil
- convênios e descontos
- sistema de gestão empresarial para Agências de Propaganda
- planos de saúde
- planos dentários
- plano de compra de bancos de imagens
- plano de compras de licenças para softwares
- planos de aquisição de pacotes de pesquisa

Devido á parceria do Sinapro-MT e CDL Cuiabá, os nossos associados podem gozar de vários benefícios com preços diferenciados do mercado:

- consulta ao SPC on-line
- certificado digital
- CDL celular (telefone móvel com valores especiais)
- uso do espaço CDL para eventos

Participar das concorrências para exercício de campanhas governamentais; E a oferta de um calendário de eventos de capacitação e treinamento, entre outros. Tudo o que se refere à atividade publicitária, você encontra no Sinapro-MT. Se ainda não é sócio, aproveite e se associe.

CUSTOS INTERNOS

Os custos internos são cobrados conforme previsto nos itens 3.6, 3.8 e 3.10 das Normas-Padrão do CENP (Conselho Executivo das Normas-Padrão).

O custo dos serviços internos, assim entendidos aqueles que são executados pela equipe da própria Agência, será calculado com base em parâmetros referenciais estabelecidos pelo Sindicato da base territorial onde a Agência estiver localizada e não será acrescido de honorários nem de quaisquer encargos. Ao modificar ou cancelar serviços internos já aprovados, executados ou em execução, o Cliente deverá pagar à Agência o custo desses serviços.

CRIAÇÃO

Custo diferenciado para cada tipo de peça referente ao serviço da síntese da estratégia de comunicação publicitária proposta pela Agência para a solução do problema específico de comunicação descrito no Briefing.

É expressa sob a forma de uma redução de mensagem, acompanhada de exemplo de peça que a corporifique objetivamente, sendo apresentada sob a forma de roteiro e textos, quando para mídia eletrônica, e, em forma de layout, para as peças gráfica e eletrônica.

REFAÇÃO

Quando o trabalho já desenvolvido e apresentado ao Cliente deve ser descartado em função de: falta de clareza/consistência do Briefing fornecido pelo Cliente ou mudança do Briefing pelo Cliente. Nesse caso, o departamento responsável precisa desenvolver uma nova proposta (de estratégia ou de layout).

ADAPTAÇÃO

São os ajustes de peças realizados dentro de uma mesma campanha ou conceito, geralmente realizados pelo departamento de arte-final. Exemplo: de anúncio para anúncio da mesma campanha (troca de endereço, de telefone ou mudança do formato sem alteração da sua proporção). Não é considerada adaptação quando, por exemplo, um outdoor é solicitado para um anúncio, mesmo que dentro da mesma campanha, pois a construção e a função de cada uma dessas peças são diferentes. No caso de adaptação de formato, a nova peça precisa manter a proporção da original (Ex.: transformar um anúncio de página dupla em página simples não é adaptação). Uma adaptação pode ocorrer no formato, layout ou texto, não necessitando dos serviços de direção de arte ou redação. Caso seja necessária a participação de um diretor de arte e/ou redator, o trabalho deverá ser considerado criação.

FINALIZAÇÃO

Custo diferenciado para cada tipo de peça referente à montagem final da peça publicitária, seguindo as orientações do layout. Nessa fase do trabalho, serão agrupados, em um único documento, seguindo as normas gráficas, todos os elementos que compõem a peça publicitária, tais como: fotografias, ilustrações, textos, títulos, logomarcas e qualquer outro elemento gráfico para que, depois de devidamente revisado e aprovado pelo Cliente, possa ser enviado para o Fornecedor ou Veículo.

CONSULTORIA DE COMUNICAÇÃO

A Consultoria de Comunicação acontece por meio de diagnósticos e processos de avaliação e direcionamento. Tem o propósito de levantar as necessidades do Cliente, pesquisar o contexto socioeconômico, o perfil do mercado de atuação, a concorrência e os públicos-alvo do Cliente, identificar soluções e recomendar ações. De posse das informações e com a validação do plano de atuação, o consultor desenvolve, implanta e viabiliza o projeto de acordo com a necessidade específica de cada Cliente.

PLANEJAMENTO DE COMUNICAÇÃO

O planejamento de comunicação é uma ferramenta da estratégia de posicionamento da empresa, derivada do planejamento de marketing e diretamente ligada a mecanismos de inteligência de mercado, como pesquisas, estudos e monitoramentos de padrões sociais, de padrões de consumo, de padrões de comportamento, tendências e movimentos culturais, dentre outros. Deve ser utilizado para corporificar a mensagem, os valores e o objetivo empresarial do Cliente dentro de modelos de relacionamento da marca (do serviço, do produto ou da empresa) com seus stakeholders ou públicos-alvo, direcionando todo o composto de comunicação a ser executado nos planos táticos de curto, médio e longo prazo e nas ações operacionais por meio dos canais de veiculação, contato, ativação e relacionamento em mídia e não mídia – como campanhas de propaganda, ativações em trade marketing, ações de live marketing, mobilização de redes de relacionamento social, gestão de conteúdo, promoção de vendas, dentre outros – para que o resultado pretendido pelo Cliente seja alcançado, entregando o máximo de retorno sobre o investimento realizado.

CUSTOS EXTERNOS E HONORÁRIOS DE PRODUÇÃO

São todos os custos dos serviços contratados com Fornecedores/terceiros para a execução dos trabalhos dos Clientes/Anunciantes e que são executados sob supervisão ou não da Agência.

Os honorários da Agência incidentes sobre os custos dos serviços de Fornecedores/terceiros, devem seguir o estipulado nos itens 3.6.1 e 3.6.2 das Normas-Padrão da Atividade Publicitária, editadas pelo CENP.

3.6. Todos os demais serviços e suprimentos terão o seu custo coberto pelo Cliente, deverão ser adequadamente orçados e requererão prévia e expressa autorização do Cliente para a sua execução. O custo dos serviços internos, assim entendidos aqueles que são executados pelo pessoal e/ou com os recursos da própria Agência, será calculado com base em parâmetros referenciais estabelecidos pelo Sindicato da base territorial onde a Agência estiver localizada e não será acrescido de honorários nem de quaisquer encargos.

3.6.1. OS serviços e os suprimentos externos terão seus custos orçados junto a Fornecedores especializados, selecionados pela Agência ou indicados pelo Anunciante. O Cliente deverá pagar à Agência “honorários” de 15% (quinze por cento) sobre o valor dos serviços e suprimentos contratados com quaisquer Fornecedores.

3.6.2. Quando a responsabilidade da Agência se

limitar exclusivamente à contratação ou pagamento do serviço ou suprimento, sobre o valor respectivo, o Anunciante pagará à Agência “honorários” de no mínimo 5% (cinco por cento) e no máximo 10% (dez por cento).

DESCONTO PADRÃO DE AGÊNCIA

O “Desconto Padrão de Agência” será devido pelo Veículo à Agência, sendo que o percentual de 20% (vinte por cento) incidirá sobre o valor da veiculação, conforme previsto no item 2.5.1 das Normas-Padrão da Atividade Publicitária.

Item 2.5 Normas-Padrão da Atividade Publicitária:

O “Desconto Padrão de Agência” de que trata o Artigo 11 da Lei nº 4.680/65 e Artigo 11 do Decreto nº 7.690/66, bem como o Artigo 19 da Lei nº 12.232/10, é a remuneração destinada à Agência de Publicidade pela concepção, execução e distribuição de propaganda, por ordem e conta de Clientes Anunciantes.

2.5.1 - Toda Agência que alcançar as metas de qualidade estabelecidas pelo CENP, comprometendo-se com os custos e atividades a elas relacionadas, habilitar-se-á ao recebimento do “Certificado de Qualificação Técnica”, conforme o Artigo 17 inciso I alínea “f” do Decreto nº 57.690/66, e fará jus ao “Desconto Padrão de Agência” não inferior a 20% (vinte por cento) sobre o valor dos negócios que encaminhar ao Veículo por ordem e conta de seus Clientes de acordo com os valores da tabela do anexo B.

FORMAS DE REMUNERAÇÃO

Para o desenvolvimento da melhor prática de mercado, indicamos as seguintes modalidades de remuneração para as Agências de Propaganda:

Modelo 1 – Será composto pela remuneração através da utilização dos valores previstos na Lista de Referência de Custos Internos mais o Desconto Padrão de Agência (comissionamento de mídia) mais os honorários de acompanhamento de produção gráfica e eletrônica.

Modelo 2 – Será composto por um “fee” ou “honorários de valor fixo” mais o Desconto Padrão de Agência (comissionamento de mídia).

Modelo 3 – “Success fee” (modalidade de remuneração onde é estipulado entre a Agência e o Cliente/Anunciante, a remuneração pelo sucesso, ou seja, pela meta alcançada, previamente calculada entre as partes) mais o Desconto Padrão de Agência (comissionamento de mídia).

Modelo 4 – “Fee” ou “honorários de valor fixo”.

PRAZOS MÍNIMOS

Os prazos mínimos (em dias úteis) necessários para execução de peças são os seguintes, a partir da aprovação do Briefing pelo Cliente:

Criação de Campanhas	10 dias
Peças avulsas	3 dias
Peças de oportunidade	1 dia
Elaboração de planos de mídia para Campanha ...	10 dias
Peças avulsas.....	2 dias

Sempre que os prazos não forem suficientes, o Anunciante pagará uma taxa de urgência à Agência de 20% (vinte por cento) sobre o valor dos custos dos serviços internos para o ressarcimento dos custos adicionais, tais como: horas extras, lanches e transporte dos profissionais da Agência.

As peças não especificadas nesta Tabela serão orçadas por avaliação e referência de peças similares, ou ainda de comum acordo entre Agência e Anunciante.

LEIS E REGULAMENTOS DA PROPAGANDA

A atividade publicitária é regularizada através de uma série de leis que regem as relações entre as Agências de Propaganda, os Anunciantes, os Clientes e os destinatários das mensagens publicitárias.

São elas:

Lei nº 4.680/65, dispõe sobre o exercício da profissão de Publicitário e de Agenciador de Propaganda e dá outras providências. É considerada o dispositivo legal mais relevante para a atividade, pois dela derivam todos os outros textos que envolvem a publicidade e propaganda.

Decreto nº 57.690/66: aprova o Regulamento para a execução da Lei nº 4.680, de 18 de junho de 1965. Este Decreto veio pormenorizar as disposições gerais e abstratas da Lei nº 4.680/65, viabilizando sua aplicação em casos específicos.

Código Nacional de Autorregulamentação Publicitária - CONAR: trata das repercussões sociais da atividade publicitária, adotando normas éticas específicas praticadas entre entidades representativas do mercado brasileiro de publicidade.

Normas Padrão da Atividade Publicitária – CENP: seu texto visa auxiliar o relacionamento comercial entre as Entidades Representativas em âmbito nacional, sendo elas: ABA – Associação Brasileira de Anunciantes, ABAP – Associação Brasileira de Agências de Publicidade, FENAPRO – Federação Nacional das Agências de Propaganda, ANJ – Associação Nacional de Jornais, ANER – Associação Nacional de Editores de Revistas, ABERT – Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e Televisão, e ABTA – Associação Brasileira de Telecomunicações por Assinatura e dos Veículos de Propaganda ao Ar Livre.

Lei nº 8.666/93 – Lei Geral das Licitações:

regulamenta o Artigo 37, inciso XXI, da Constituição Federal, institui normas para licitações e contratos da Administração Pública e dá outras providências.

Lei nº 12.232/10– Lei Específica para Publicidade e Propaganda por Órgãos Públicos: dispõe sobre as normas gerais para licitação e contratação pela Administração Pública de serviços de publicidade prestados por intermédio de Agências de Propaganda e dá outras providências. É aplicada de forma complementar à Lei nº 8.666/93.

CONSELHO EXECUTIVO DAS NORMAS-PADRÃO – CENP:

É uma entidade de ética, com atuação nacional, criada e mantida exclusivamente pelo setor privado para assegurar boas práticas comerciais entre Anunciantes, Agências de Publicidade e Veículos de Comunicação. É de grande importância que as Agências de Propaganda se associem ao CENP. É uma certificação que coloca as Agências em um patamar diferenciado no mercado.

CONSELHO DE ÉTICA

O Conselho de Ética do Sinapro-MT possui um Código que rege os princípios éticos que devem nortear as relações entre as Agências e o mercado publicitário (Agentes públicos, iniciativa privada, Veículos e Fornecedores).

A Comissão de Ética é composta por profissionais do mercado e tem por objetivo apurar e julgar as denúncias de atos considerados antiéticos praticados pelas agências associadas.

As denúncias deverão ser encaminhadas e protocoladas na secretaria do Sinapro-MT.

PORTAL

Acesse o portal e obtenha todas as informações sobre mercado, legislação, orientações e demais serviços que são ofertados.

OBSERVAÇÕES GERAIS

Toda Agência habilitada e certificada pelo CENP deve estar capacitada a prestar ao seu Cliente os serviços abaixo citados, além de outros que constituam seu desdobramento natural ou que lhes sejam complementares, agindo por conta e ordem do Cliente/Anunciante:

- Estudo do conceito, ideia, marca, produto ou serviço a difundir, incluindo identificação e análise de suas vantagens e desvantagens absolutas e relativas aos seus públicos e, quando for o caso, ao seu mercado e à sua concorrência;
- Identificação e análise dos públicos e/ou do mercado onde o conceito, ideia, marca, produto ou serviço encontre a melhor possibilidade de assimilação;
- Identificação e análise das ideias, marcas, produtos ou serviços concorrentes;
- Exame do sistema de distribuição e comercialização, incluindo identificação e análise das suas vantagens e desvantagens absolutas e relativas ao mercado e à concorrência;
- Elaboração do plano publicitário, incluindo a concepção das mensagens e peças (Criação), e o estudo dos meios e Veículos que, segundo técnicas adequadas, assegurem a melhor cobertura dos públicos e/ ou dos mercados objetivados (planejamento de Mídia);
- Execução do plano publicitário, incluindo orçamento e realização das peças publicitárias (Produção) e compra, distribuição e controle da publicidade nos Veículos contratados (execução de Mídia), e no pagamento das faturas.

Serviços não previstos nessa Lista de Referência de Custos Internos são de livre acordo entre a Agência e o Anunciante/Cliente.

Esta Lista de Referência de Custos Internos cancela e substitui a anterior, Edição 2018, entra em vigor a partir de Abril/24 e poderá ser alterada a qualquer momento sem aviso prévio.

Cuiabá, 01 de Abril de 2024.

JORNALISMO IMPARCIAL COM CREDIBILIDADE



EDUARDO OINEGUE

ADRIANA ARAÚJO

JORNAL
DA
BAND

AO VIVO
DE SEG A SÁB
ÀS 18H20



#bandmatogrosso

1	PLANEJAMENTOS	ADAPTAÇÃO (30%)	REFAÇÃO (50%)	FINALIZAÇÃO (25%)	CRIAÇÃO
1.1	Investimento até R\$ 500.000,00	R\$ 3.112	R\$ 5.186		R\$ 10.373
1.2	Investimento entre R\$ 500.000,01 e R\$ 2.000.000,00	R\$ 6.223	R\$ 10.372		R\$ 20.744
1.3	Investimento acima de R\$ 2.000.000,01	R\$ 12.446	R\$ 20.743		R\$ 41.486
1.4	Planejamento Anual Institucional	R\$ 12.214	R\$ 20.356		R\$ 40.712
1.5	Planejamento Anual Promocional	R\$ 12.214	R\$ 20.356		R\$ 40.712
1.6	Diagnóstico Empresarial (por hora de Consultoria)	R\$ 283	R\$ 472		R\$ 944
1.7	Planejamento de Ação Promocional	R\$ 8.065	R\$ 13.442		R\$ 26.884
1.8	Planejamento de Ação Guerrilha	R\$ 3.775	R\$ 6.292		R\$ 12.584
1.9	Planejamento de Campanha de Incentivo e/ou Relacionamento	R\$ 7.550	R\$ 12.584		R\$ 25.168
1.10	Planejamento de Campanha de Institucional e/ou Promocional	R\$ 13.127	R\$ 21.879		R\$ 43.758
1.11	Planejamento de Convenção e Planejamento de Eventos/Feiras	R\$ 13.127	R\$ 21.879		R\$ 43.758
1.12	Planejamento de Comunicação Nacional	R\$ 23.595	R\$ 39.325		R\$ 78.650
1.13	Planejamento de Comunicação Estadual	R\$ 12.214	R\$ 20.356		R\$ 40.712
1.14	Planejamento de Comunicação Regional	R\$ 8.065	R\$ 13.442		R\$ 26.884
1.15	Planejamento de Mídia	R\$ 17.780	R\$ 29.634		R\$ 59.267
1.16	Planejamento de Lançamento de Produto / Relançamento de Produto	R\$ 10.775	R\$ 17.958		R\$ 35.915
1.17	Planejamento de Lançamento de Empresa	R\$ 11.798	R\$ 19.663		R\$ 39.325
1.18	Planejamento de Lançamento de Imobiliário	R\$ 7.550	R\$ 12.584		R\$ 25.168
1.19	Planejamento de Brindes	R\$ 8.890	R\$ 14.816		R\$ 29.632
1.20	Planejamento de Brindes – Catálogo	R\$ 8.890	R\$ 14.816		R\$ 29.632

2	Criação de Campanhas	ADAPTAÇÃO (30%)	REFAÇÃO (50%)	FINALIZAÇÃO (25%)	CRIAÇÃO
2.1	Campanha Institucional/Promocional	R\$ 9.391	R\$ 15.651	R\$ 7.826	R\$ 31.303
2.2	Criação de Tema/Conceito de Campanha		R\$ 13.279		R\$ 26.558

3	Marcas/Nomes	ADAPTAÇÃO (30%)	REFAÇÃO (50%)	FINALIZAÇÃO (25%)	CRIAÇÃO
3.1	Logotipo / Logomarca da Empresa ou Produto	R\$ 7.576	R\$ 12.627	R\$ 6.313	R\$ 25.254
3.2	Logotipo / Logomarca Promocional	R\$ 2.831	R\$ 4.719	R\$ 2.360	R\$ 9.438
3.3	Logotipo / Logomarca Reformulação	R\$ 5.684	R\$ 9.474	R\$ 4.737	R\$ 18.948
3.4	Manual de Identidade Visual/Identificação Corporativa (por lâmina)	R\$ 1.888	R\$ 3.146	R\$ 1.573	R\$ 6.292
3.5	Manual de Utilização de Logotipo / Logomarca - até 10 páginas	R\$ 1.604	R\$ 2.674	R\$ 1.337	R\$ 5.348
3.6	Nome da Empresa ou Produto	R\$ 7.576	R\$ 12.627	R\$ 6.313	R\$ 25.254
3.7	Slogan Empresa	R\$ 1.416	R\$ 2.360	R\$ 1.180	R\$ 4.719
3.8	Slogan Produto	R\$ 1.502	R\$ 2.503	R\$ 1.251	R\$ 5.005

4	Papelaria	ADAPTAÇÃO (30%)	REFAÇÃO (50%)	FINALIZAÇÃO (25%)	CRIAÇÃO
4.1	Bloco de anotações	R\$ 964	R\$ 1.607	R\$ 804	R\$ 3.215
4.2	Bloco de Orçamento	R\$ 837	R\$ 1.394	R\$ 697	R\$ 2.789
4.3	Cartão de Visita	R\$ 859	R\$ 1.431	R\$ 716	R\$ 2.863
4.4	Cartão de Visita (Alteração de nome/endereço)	R\$ 83			R\$ 277
4.5	Envelope (por modelo)	R\$ 965	R\$ 1.608	R\$ 804	R\$ 3.216
4.6	Etiqueta de Roupas	R\$ 145	R\$ 241	R\$ 121	R\$ 482
4.7	Papel (por modelo)	R\$ 896	R\$ 1.494	R\$ 747	R\$ 2.987
4.8	Papel Timbrado (por modelo)	R\$ 863	R\$ 1.438	R\$ 719	R\$ 2.877
4.9	Papel Embrulho/Presente	R\$ 1.314	R\$ 2.190	R\$ 1.095	R\$ 4.380
4.10	Pasta	R\$ 1.548	R\$ 2.579	R\$ 1.290	R\$ 5.158

5	Mídia Impressa > Jornal	ADAPTAÇÃO (30%)	REFAÇÃO (50%)	FINALIZAÇÃO (25%)	CRIAÇÃO
5.1	Página Dupla	R\$ 3.600	R\$ 6.000	R\$ 3.000	R\$ 11.999
5.2	01 Página	R\$ 2.896	R\$ 4.826	R\$ 2.413	R\$ 9.653
5.3	Rouba Página	R\$ 2.397	R\$ 3.995	R\$ 1.997	R\$ 7.990
5.4	1/2 de Página	R\$ 2.333	R\$ 3.888	R\$ 1.944	R\$ 7.775
5.5	1/3 de Página	R\$ 2.213	R\$ 3.688	R\$ 1.844	R\$ 7.376
5.6	1/4 de Página	R\$ 2.046	R\$ 3.410	R\$ 1.705	R\$ 6.820
5.7	1/8 de Página	R\$ 1.574	R\$ 2.623	R\$ 1.312	R\$ 5.247
5.8	Valor Mínimo	R\$ 1.417	R\$ 2.362	R\$ 1.181	R\$ 4.724
5.9	Encarte (por página)	R\$ 1.896	R\$ 3.160	R\$ 1.580	R\$ 6.321
5.10	Projeto Especial/ Gráfico	R\$ 7.207	R\$ 12.012	R\$ 6.006	R\$ 24.024

6	Mídia Impressa > Publicidade Legal / Balanços	ADAPTAÇÃO (30%)	REFAÇÃO (50%)	FINALIZAÇÃO (25%)	CRIAÇÃO
6.1	Página Dupla	R\$ 1.804	R\$ 3.007	R\$ 1.503	R\$ 6.014
6.2	01 Página	R\$ 1.391	R\$ 2.319	R\$ 1.159	R\$ 4.637
6.3	Rouba Página	R\$ 1.179	R\$ 1.964	R\$ 982	R\$ 3.929
6.4	1/2 de Página	R\$ 1.212	R\$ 2.020	R\$ 1.010	R\$ 4.040
6.5	1/3 de Página	R\$ 1.122	R\$ 1.871	R\$ 935	R\$ 3.741
6.6	1/4 de Página	R\$ 1.056	R\$ 1.760	R\$ 880	R\$ 3.520
6.7	1/8 de Página	R\$ 614	R\$ 1.024	R\$ 512	R\$ 2.048
6.8	Valor Mínimo	R\$ 312	R\$ 519	R\$ 260	R\$ 1.039

7	Mídia Impressa > Revista	ADAPTAÇÃO (30%)	REFAÇÃO (50%)	FINALIZAÇÃO (25%)	CRIAÇÃO
7.1	Página Dupla	R\$ 2.537	R\$ 4.228	R\$ 2.114	R\$ 8.455
7.2	01 Página	R\$ 1.947	R\$ 3.245	R\$ 1.622	R\$ 6.490
7.3	2/3 de página	R\$ 1.611	R\$ 2.685	R\$ 1.343	R\$ 5.370
7.4	1/2 página	R\$ 1.338	R\$ 2.230	R\$ 1.115	R\$ 4.460
7.5	1/4 página	R\$ 1.112	R\$ 1.853	R\$ 927	R\$ 3.706
7.6	Valor mínimo	R\$ 779	R\$ 1.298	R\$ 649	R\$ 2.596
7.7	Encarte por Página	R\$ 2.016	R\$ 3.361	R\$ 1.680	R\$ 6.721
7.8	Projeto Especial/ Gráfico	R\$ 7.207	R\$ 12.012	R\$ 6.006	R\$ 24.024

8	Gravação de Arquivos para Veiculação ou Transmissão Via Rede	ADAPTAÇÃO (30%)	REFAÇÃO (50%)	FINALIZAÇÃO (25%)	CRIAÇÃO
8.1	Página Dupla				R\$ 949
8.2	01 Página				R\$ 675
8.3	Rouba Página				R\$ 567
8.4	1/2 de página				R\$ 495
8.5	1/3 de Página				R\$ 459
8.6	1/4 página				R\$ 354
8.7	Valor mínimo				R\$ 251



 SINDICATO DAS AGÊNCIAS DE PROPAGANDA

Sinapro

 MATO GROSSO

www.sinapromt.org.br

ASSOCIE-SE AGORA.

9	Mídia Eletrônica > Audiovisuais	ADAPTAÇÃO (30%)	REFAÇÃO (50%)	FINALIZAÇÃO (25%)	CRIAÇÃO
9.1	Assinatura / Vinheta Eletrônica	R\$ 3.558	R\$ 5.930		R\$ 11.860
9.2	Audiovisual / Documentário 3' a 5' - Roteiro	R\$ 7.928	R\$ 13.213		R\$ 26.426
9.3	Audiovisual / Documentário 5' a 10' - Roteiro	R\$ 11.099	R\$ 18.498		R\$ 36.997
9.4	Audiovisual / Documentário 10' a 20' - Roteiro	R\$ 14.799	R\$ 24.665		R\$ 49.330
9.5	Audiovisual / Documentário acima de 20' - Roteiro				a combinar
9.6	Audiovisual / Documentário - Direção de Arte	R\$ 3.436	R\$ 5.726		R\$ 11.452
9.7	Filme / VT Direção de Arte	R\$ 1.454	R\$ 2.423		R\$ 4.845
9.8	Filme / VT Institucional até 30" - Roteiro	R\$ 3.917	R\$ 6.528		R\$ 13.056
9.9	Filme / VT Institucional até 60" - Roteiro	R\$ 5.040	R\$ 8.400		R\$ 16.800
9.10	Filme / VT Institucional de 60" a 2' - Roteiro	R\$ 6.419	R\$ 10.698		R\$ 21.395
9.11	Filme / VT Ofertas até 30" - Roteiro	R\$ 2.510	R\$ 4.184		R\$ 8.368
9.12	Filme / VT Ofertas até 60" - Roteiro	R\$ 3.369	R\$ 5.615		R\$ 11.231
9.13	Filme / VT Ofertas de 60" a 2' - Roteiro	R\$ 4.096	R\$ 6.827		R\$ 13.654
9.14	Jingle até 30" - Roteiro	R\$ 2.661	R\$ 4.436		R\$ 8.871
9.15	Jingle de 30" a 60" - Roteiro	R\$ 3.190	R\$ 5.317		R\$ 10.634
9.16	Jingle de 60" a 2' - Roteiro	R\$ 3.719	R\$ 6.198		R\$ 12.396
9.17	Letreiro/Cartela para TV	R\$ 167	R\$ 278		R\$ 555
9.18	Locução de Cabine até de 60"/ Testemunhal	R\$ 1.051	R\$ 1.751		R\$ 3.502
9.19	Locução de Cabine acima de 60"/ Testemunhal	R\$ 1.575	R\$ 2.625		R\$ 5.251
9.20	Motion Design acima 45"	R\$ 2.548	R\$ 4.247		R\$ 8.494
9.21	Motion Design até 15"	R\$ 1.416	R\$ 2.360		R\$ 4.719
9.22	Motion Design de 15" até 30"	R\$ 1.675	R\$ 2.792		R\$ 5.585
9.23	Motion Design de 30" até 45"	R\$ 2.195	R\$ 3.658		R\$ 7.315
9.24	Novelinha até 5'	R\$ 5.859	R\$ 9.764		R\$ 19.529
9.25	Novelinha - por minuto excedente	R\$ 943	R\$ 1.571		R\$ 3.142
9.26	Roteiro / Carro de Som	R\$ 2.246	R\$ 3.744		R\$ 7.488
9.27	Roteiro / Merchandising	R\$ 2.246	R\$ 3.744		R\$ 7.488
9.28	Roteiro Flash / Foguete	R\$ 2.246	R\$ 3.744		R\$ 7.488
9.29	Spot até 30" - Roteiro	R\$ 1.189	R\$ 1.982		R\$ 3.964
9.30	Spot de 30" a 60" - Roteiro	R\$ 1.718	R\$ 2.863		R\$ 5.725
9.31	Spot de 60" a 2' - Roteiro	R\$ 2.246	R\$ 3.744		R\$ 7.488
9.32	Static Design	R\$ 1.840	R\$ 3.067		R\$ 6.135
9.33	Storyboard (por quadro)	R\$ 107	R\$ 179		R\$ 358
10	Gravação e Transmissão (Via Rede)	ADAPTAÇÃO (30%)	REFAÇÃO (50%)	FINALIZAÇÃO (25%)	CRIAÇÃO
10.1	Spot	R\$ 140	R\$ 233		R\$ 467
10.2	Jingle/Trilha	R\$ 140	R\$ 233		R\$ 467
10.3	Letreiros/Assinatura para TV (Unitário)	R\$ 167	R\$ 278		R\$ 556

11	Mídia > Outdoor	ADAPTAÇÃO (30%)	REFAÇÃO (50%)	FINALIZAÇÃO (25%)	CRIAÇÃO
11.1	Banco de Praça	R\$ 793	R\$ 1.321	R\$ 661	R\$ 2.643
11.2	Busdoor	R\$ 1.586	R\$ 2.643	R\$ 1.321	R\$ 5.286
11.3	Busside	R\$ 2.265	R\$ 3.775	R\$ 1.888	R\$ 7.550
11.4	Faixa de Rua	R\$ 836	R\$ 1.393	R\$ 696	R\$ 2.786
11.5	Faixa para Avião	R\$ 519	R\$ 865	R\$ 433	R\$ 1.730
11.6	Gradil	R\$ 519	R\$ 865	R\$ 433	R\$ 1.730
11.7	Minidoor	R\$ 1.746	R\$ 2.910	R\$ 1.455	R\$ 5.820
11.8	Muro	R\$ 968	R\$ 1.613	R\$ 806	R\$ 3.225
11.9	Ônibus / Abrigo	R\$ 1.586	R\$ 2.643	R\$ 1.321	R\$ 5.286
11.10	Ônibus / Testeira de Ponto	R\$ 1.377	R\$ 2.295	R\$ 1.147	R\$ 4.589
11.11	Outdoor	R\$ 2.265	R\$ 3.775	R\$ 1.888	R\$ 7.550
11.12	Outdoor Duplo	R\$ 2.548	R\$ 4.247	R\$ 2.124	R\$ 8.494
11.13	Painel (Trifase / Backlight / Frontlight)	R\$ 2.659	R\$ 4.432	R\$ 2.216	R\$ 8.863
11.14	Painel Eletrônico	R\$ 2.114	R\$ 3.524	R\$ 1.762	R\$ 7.047
11.15	Placa Comemorativa	R\$ 793	R\$ 1.321	R\$ 661	R\$ 2.643
11.16	Placa de Esquina	R\$ 1.038	R\$ 1.730	R\$ 865	R\$ 3.461
11.17	Placa de Estrada	R\$ 2.114	R\$ 3.524	R\$ 1.762	R\$ 7.047
11.18	Placa de Obra	R\$ 1.718	R\$ 2.863	R\$ 1.431	R\$ 5.725
11.19	Placa de Sinalização	R\$ 859	R\$ 1.431	R\$ 716	R\$ 2.863
11.20	Pórtico de Entrada				a combinar
11.21	Prédio / Empena	R\$ 2.171	R\$ 3.618	R\$ 1.809	R\$ 7.236
11.22	Prédio / Envelopamento	R\$ 3.115	R\$ 5.191	R\$ 2.595	R\$ 10.382
11.23	Protetor de Árvores	R\$ 661	R\$ 1.101	R\$ 551	R\$ 2.202
11.24	Relógio Digital	R\$ 991	R\$ 1.652	R\$ 826	R\$ 3.303
11.25	Sanca (metrô/trem)	R\$ 991	R\$ 1.652	R\$ 826	R\$ 3.303
11.26	Tapume	R\$ 1.718	R\$ 2.863	R\$ 1.431	R\$ 5.725
11.27	Táxi / Teto Luminoso	R\$ 793	R\$ 1.321	R\$ 661	R\$ 2.643
11.28	Taxidoor	R\$ 1.586	R\$ 2.643	R\$ 1.321	R\$ 5.286
11.29	Envelopamento de Carro Grande	R\$ 1.557	R\$ 2.595	R\$ 1.298	R\$ 5.191
11.30	Envelopamento de Carro Pequeno	R\$ 1.510	R\$ 2.517	R\$ 1.258	R\$ 5.034
11.31	Envelopamento de Frota	R\$ 3.775	R\$ 6.292	R\$ 3.146	R\$ 12.584
11.32	Envelopamento de Ônibus	R\$ 1.793	R\$ 2.989	R\$ 1.494	R\$ 5.977
11.33	Fachada Publicitária	R\$ 3.775	R\$ 6.292	R\$ 3.146	R\$ 12.584

12	Mídia > Indoor	ADAPTAÇÃO (30%)	REFAÇÃO (50%)	FINALIZAÇÃO (25%)	CRIAÇÃO
12.1	Adesivo Lateral Escada Rolante	R\$ 1.321	R\$ 2.202	R\$ 1.101	R\$ 4.404
12.2	Cartaz Interno Terminais	R\$ 1.321	R\$ 2.202	R\$ 1.101	R\$ 4.404
12.3	Colunas de Garagem	R\$ 661	R\$ 1.101	R\$ 551	R\$ 2.202
12.4	Decoração de Vitrine	R\$ 2.114	R\$ 3.524	R\$ 1.762	R\$ 7.047
12.5	Envelopamento da Parte Superior de Portas	R\$ 661	R\$ 1.101	R\$ 551	R\$ 2.202
12.6	Envelopamento de Mesas	R\$ 661	R\$ 1.101	R\$ 551	R\$ 2.202
12.7	Envelopamento de Portas	R\$ 661	R\$ 1.101	R\$ 551	R\$ 2.202
12.8	Floordoor	R\$ 1.005	R\$ 1.675	R\$ 838	R\$ 3.350
12.9	Pequenos Painéis Indoor	R\$ 1.321	R\$ 2.202	R\$ 1.101	R\$ 4.404
12.10	Placa de Sinalização inMall	R\$ 793	R\$ 1.321	R\$ 661	R\$ 2.643
12.11	Tapume	R\$ 1.718	R\$ 2.863	R\$ 1.431	R\$ 5.725

13	Design Editorial	ADAPTAÇÃO (30%)	REFAÇÃO (50%)	FINALIZAÇÃO (25%)	CRIAÇÃO
13.1	Capa	R\$ 2.886	R\$ 4.810	R\$ 2.405	R\$ 9.620
13.2	Projeto Gráfico	R\$ 5.928	R\$ 9.880	R\$ 4.940	R\$ 19.760
13.3	Editoração Finalização (Por Página)	R\$ 254	R\$ 423	R\$ 211	R\$ 845
13.4	Manipulação de tabela/gráfico (cada)	R\$ 203	R\$ 338	R\$ 169	R\$ 676

14	Embalagens	ADAPTAÇÃO (30%)	REFAÇÃO (50%)	FINALIZAÇÃO (25%)	CRIAÇÃO
14.1	Bula	R\$ 1.932	R\$ 3.219	R\$ 1.610	R\$ 6.439
14.2	Berço	R\$ 4.840	R\$ 8.067	R\$ 4.033	R\$ 16.133
14.3	Caixa de Display de Produto	R\$ 9.976	R\$ 16.626	R\$ 8.313	R\$ 33.253
14.4	Caixa de Embarque	R\$ 2.510	R\$ 4.184	R\$ 2.092	R\$ 8.368
14.5	Cartela com Saco	R\$ 3.792	R\$ 6.320	R\$ 3.160	R\$ 12.640
14.6	Cartela/Tag	R\$ 2.758	R\$ 4.596	R\$ 2.298	R\$ 9.192
14.7	Cinta para Embalagem	R\$ 991	R\$ 1.652	R\$ 826	R\$ 3.303
14.8	Display	R\$ 3.171	R\$ 5.285	R\$ 2.643	R\$ 10.570
14.9	Embalagem / Reformulação	R\$ 5.398	R\$ 8.997	R\$ 4.499	R\$ 17.995
14.10	Embalagem Blister/sampling	R\$ 4.315	R\$ 7.192	R\$ 3.596	R\$ 14.383
14.11	Embalagem de Linha de Produtos (até 05 produtos)	R\$ 45.796	R\$ 76.327	R\$ 38.163	R\$ 152.654
14.12	Embalagem Produto	R\$ 11.428	R\$ 19.047	R\$ 9.523	R\$ 38.094
14.13	Embalagem Promocional	R\$ 6.695	R\$ 11.159	R\$ 5.579	R\$ 22.317
14.14	Luva	R\$ 3.565	R\$ 5.941	R\$ 2.971	R\$ 11.882
14.15	Mascote	R\$ 2.643	R\$ 4.404	R\$ 2.202	R\$ 8.809
14.16	Mock-up (sem custos de terceiros)	R\$ 9.255	R\$ 15.425	R\$ 7.712	R\$ 30.849
14.17	Pictograma	R\$ 2.360	R\$ 3.933	R\$ 1.966	R\$ 7.865
14.18	Rótulo	R\$ 2.744	R\$ 4.573	R\$ 2.286	R\$ 9.146
14.19	Rótulo / Reformulação	R\$ 3.020	R\$ 5.034	R\$ 2.517	R\$ 10.067
14.20	Rótulo de Linha de Produtos (até 05 produtos)	R\$ 9.249	R\$ 15.415	R\$ 7.708	R\$ 30.831
14.21	Rótulo Promocional	R\$ 3.303	R\$ 5.506	R\$ 2.753	R\$ 11.011
14.22	Sacola Institucional	R\$ 3.209	R\$ 5.348	R\$ 2.674	R\$ 10.696
14.23	Sacola Promocional	R\$ 1.321	R\$ 2.202	R\$ 1.101	R\$ 4.404
14.24	Vinheta para Embalagem	R\$ 2.446	R\$ 4.076	R\$ 2.038	R\$ 8.152

16	Materiais Promocionais	ADAPTAÇÃO (30%)	REFeição (50%)	FINALIZAÇÃO (25%)	CRIAÇÃO
16.1	Adesivo	R\$ 564	R\$ 941	R\$ 470	R\$ 1.881
16.2	Adesivo de chão/vitrine	R\$ 1.613	R\$ 2.688	R\$ 1.344	R\$ 5.376
16.3	Avental	R\$ 1.057	R\$ 1.762	R\$ 881	R\$ 3.523
16.4	Back Drop	R\$ 1.321	R\$ 2.202	R\$ 1.101	R\$ 4.404
16.5	Balcão para Degustação	R\$ 5.857	R\$ 9.762	R\$ 4.881	R\$ 19.523
16.6	Bandeira	R\$ 628	R\$ 1.046	R\$ 523	R\$ 2.092
16.7	Bandeirola	R\$ 628	R\$ 1.046	R\$ 523	R\$ 2.092
16.8	Banner	R\$ 727	R\$ 1.211	R\$ 605	R\$ 2.422
16.9	Baralho	R\$ 1.850	R\$ 3.083	R\$ 1.541	R\$ 6.166
16.10	Bexiga / Bola / Balão	R\$ 528	R\$ 881	R\$ 440	R\$ 1.762
16.11	Blimp	R\$ 1.189	R\$ 1.982	R\$ 991	R\$ 3.964
16.12	Bloco de Recados	R\$ 528	R\$ 881	R\$ 440	R\$ 1.762
16.13	Boné	R\$ 727	R\$ 1.211	R\$ 605	R\$ 2.422
16.14	Botton	R\$ 528	R\$ 881	R\$ 440	R\$ 1.762
16.15	Braçadeira	R\$ 528	R\$ 881	R\$ 440	R\$ 1.762
16.16	Caixa de Fósforo	R\$ 528	R\$ 881	R\$ 440	R\$ 1.762
16.17	Calendário de Bolso	R\$ 859	R\$ 1.431	R\$ 716	R\$ 2.863
16.18	Camiseta	R\$ 661	R\$ 1.101	R\$ 551	R\$ 2.202
16.19	Caneta / Lápis	R\$ 528	R\$ 881	R\$ 440	R\$ 1.762
16.20	Canivete / Faca	R\$ 528	R\$ 881	R\$ 440	R\$ 1.762
16.21	Cartão de Agradecimento	R\$ 1.114	R\$ 1.856	R\$ 928	R\$ 3.713
16.22	Cartão de Aniversário	R\$ 1.586	R\$ 2.643	R\$ 1.321	R\$ 5.286
16.23	Cartão de Natal	R\$ 1.586	R\$ 2.643	R\$ 1.321	R\$ 5.286
16.24	Cartão Magnético / Crédito	R\$ 1.586	R\$ 2.643	R\$ 1.321	R\$ 5.286
16.25	Cartão Postal	R\$ 991	R\$ 1.652	R\$ 826	R\$ 3.303
16.26	Carteira para docs. Veículos etc.	R\$ 528	R\$ 881	R\$ 440	R\$ 1.762
16.27	Cartela de Preço	R\$ 528	R\$ 881	R\$ 440	R\$ 1.762
16.28	Chapéu	R\$ 661	R\$ 1.101	R\$ 551	R\$ 2.202
16.29	Chaveiro	R\$ 661	R\$ 1.101	R\$ 551	R\$ 2.202
16.30	Cinta	R\$ 528	R\$ 881	R\$ 440	R\$ 1.762
16.31	Cinzeiro	R\$ 528	R\$ 881	R\$ 440	R\$ 1.762
16.32	Copo / Caneca / Garrafa	R\$ 528	R\$ 881	R\$ 440	R\$ 1.762
16.33	Crachá / Credencial	R\$ 528	R\$ 881	R\$ 440	R\$ 1.762
16.34	Cupom	R\$ 793	R\$ 1.321	R\$ 661	R\$ 2.643
16.35	Deflector Solar	R\$ 1.057	R\$ 1.762	R\$ 881	R\$ 3.523
16.36	Display de Balcão	R\$ 1.057	R\$ 1.762	R\$ 881	R\$ 3.523
16.37	Display de Ponta de Gôndola	R\$ 1.057	R\$ 1.762	R\$ 881	R\$ 3.523



16	Materiais Promocionais	ADAPTAÇÃO (30%)	REFeição (50%)	FINALIZAÇÃO (25%)	CRIAÇÃO
16.38	Display de Preço	R\$ 528	R\$ 881	R\$ 440	R\$ 1.762
16.39	Display de Vitrine	R\$ 1.029	R\$ 1.715	R\$ 857	R\$ 3.429
16.40	Estandarte	R\$ 727	R\$ 1.211	R\$ 605	R\$ 2.422
16.41	Faixa de Gôndola	R\$ 1.157	R\$ 1.929	R\$ 964	R\$ 3.857
16.42	Ficha de Inscrição	R\$ 773	R\$ 1.288	R\$ 644	R\$ 2.577
16.43	Fita de Cabeça / Pulso	R\$ 528	R\$ 881	R\$ 440	R\$ 1.762
16.44	Flâmula	R\$ 528	R\$ 881	R\$ 440	R\$ 1.762
16.45	Flyer / Folheto / Panfleto / Filipeta (frente e verso)	R\$ 1.189	R\$ 1.982	R\$ 991	R\$ 3.964
16.46	Flyer / Folheto / Panfleto / Filipeta (frente)	R\$ 793	R\$ 1.321	R\$ 661	R\$ 2.643
16.47	Galhardete	R\$ 528	R\$ 881	R\$ 440	R\$ 1.762
16.48	Guardanapo	R\$ 528	R\$ 881	R\$ 440	R\$ 1.762
16.49	Guarda-sol	R\$ 1.057	R\$ 1.762	R\$ 881	R\$ 3.523
16.50	Imã de Geladeira	R\$ 793	R\$ 1.321	R\$ 661	R\$ 2.643
16.51	Inflável	R\$ 1.604	R\$ 2.674	R\$ 1.337	R\$ 5.348
16.52	Lenço	R\$ 528	R\$ 881	R\$ 440	R\$ 1.762
16.53	Leque	R\$ 528	R\$ 881	R\$ 440	R\$ 1.762
16.54	Marcador de página	R\$ 528	R\$ 881	R\$ 440	R\$ 1.762
16.55	Medalha	R\$ 793	R\$ 1.321	R\$ 661	R\$ 2.643
16.56	Móbile	R\$ 1.255	R\$ 2.092	R\$ 1.046	R\$ 4.185
16.57	Mouse pad	R\$ 1.057	R\$ 1.762	R\$ 881	R\$ 3.523
16.58	Nécessaire	R\$ 1.057	R\$ 1.762	R\$ 881	R\$ 3.523
16.59	Painel Fotográfico	R\$ 1.369	R\$ 2.281	R\$ 1.140	R\$ 4.562
16.60	Painel / Fundo de Palco	R\$ 2.312	R\$ 3.854	R\$ 1.927	R\$ 7.708
16.61	Papel de Bandeja	R\$ 1.369	R\$ 2.281	R\$ 1.140	R\$ 4.562
16.62	Passador de Gôndola	R\$ 1.057	R\$ 1.762	R\$ 881	R\$ 3.523
16.63	Pen Drive	R\$ 528	R\$ 881	R\$ 440	R\$ 1.762
16.64	Placa Inaugurativa / Comemoração	R\$ 1.057	R\$ 1.762	R\$ 881	R\$ 3.523
16.65	Plaqueta	R\$ 528	R\$ 881	R\$ 440	R\$ 1.762
16.66	Porta-copo	R\$ 528	R\$ 881	R\$ 440	R\$ 1.762
16.67	Praguinha	R\$ 661	R\$ 1.101	R\$ 551	R\$ 2.202
16.68	Prancha PVC	R\$ 793	R\$ 1.321	R\$ 661	R\$ 2.643
16.69	Press-kit / Pasta (capa e por lâmina)	R\$ 528	R\$ 881	R\$ 440	R\$ 1.762
16.70	Raspadinha	R\$ 1.057	R\$ 1.762	R\$ 881	R\$ 3.523
16.71	Régua	R\$ 528	R\$ 881	R\$ 440	R\$ 1.762
16.72	Risque-Rabisque	R\$ 528	R\$ 881	R\$ 440	R\$ 1.762
16.73	Saia de mesa / Faixa de mesa	R\$ 661	R\$ 1.101	R\$ 551	R\$ 2.202
16.74	Selo	R\$ 1.057	R\$ 1.762	R\$ 881	R\$ 3.523



16	Materiais Promocionais	ADAPTAÇÃO (30%)	REFAÇÃO (50%)	FINALIZAÇÃO (25%)	CRIAÇÃO
16.75	Stand para feiras / Envelopagem acima de 25 m	R\$ 5.946	R\$ 9.910	R\$ 4.955	R\$ 19.820
16.76	Stand para feiras / Envelopagem até 15 m	R\$ 3.492	R\$ 5.820	R\$ 2.910	R\$ 11.640
16.77	Stand para feiras / Envelopagem de 15 a 25 m	R\$ 4.625	R\$ 7.708	R\$ 3.854	R\$ 15.415
16.78	Stand para feiras / Projeto Publicitário				a combinar
16.79	Take One	R\$ 1.652	R\$ 2.753	R\$ 1.376	R\$ 5.506
16.80	Toalha	R\$ 528	R\$ 881	R\$ 440	R\$ 1.762
16.81	Troféu	R\$ 1.652	R\$ 2.753	R\$ 1.376	R\$ 5.506
16.82	Viseira	R\$ 528	R\$ 881	R\$ 440	R\$ 1.762
16.83	Welcome Package	R\$ 1.652	R\$ 2.753	R\$ 1.376	R\$ 5.506
16.84	Woobler	R\$ 1.255	R\$ 2.092	R\$ 1.046	R\$ 4.185
16.85	Totem	R\$ 1.935	R\$ 3.225	R\$ 1.612	R\$ 6.449
16.86	Uniforme	R\$ 3.292	R\$ 5.486	R\$ 2.743	R\$ 10.972

17	Outros Serviços	ADAPTAÇÃO (30%)	REFAÇÃO (50%)	FINALIZAÇÃO (25%)	CRIAÇÃO
17.1	Fotografia (Banco de imagem p/unidade)				R\$ 952
17.2	Tratamento de Imagem simples (por hora)				R\$ 672
17.3	Valor de arte mínima				R\$ 881
17.4	Vetorização (por Logotipo)				R\$ 858
17.5	Espera Telefônica	R\$ 2.035	R\$ 3.391	R\$ 1.696	R\$ 6.782
17.6	Faixa Continua	R\$ 1.304	R\$ 2.174	R\$ 1.087	R\$ 4.347

18	Print (por cópia)/ Montagem de Boneco	ADAPTAÇÃO (30%)	REFAÇÃO (50%)	FINALIZAÇÃO (25%)	CRIAÇÃO
18.1	Montagem de Boneco	R\$ 975	R\$ 1.625	R\$ 813	R\$ 3.250
18.2	Formato – A3 - Cor				R\$ 17
18.3	Formato – A4 - Cor				R\$ 17
18.4	Formato – A3 - P&B				R\$ 8
18.5	Formato – A4 - P&B				R\$ 5

19	Multimídia	ADAPTAÇÃO (30%)	REFAÇÃO (50%)	FINALIZAÇÃO (25%)	CRIAÇÃO
19.1	Power Point até 30 Telas				R\$ 7.550
19.2	Power Point acima de 30 Telas				a combinar

20	Design Gráfico Político > Identidade Visual	ADAPTAÇÃO (30%)	REFAÇÃO (50%)	FINALIZAÇÃO (25%)	CRIAÇÃO
20.1	Governador				R\$ 550.550
20.2	Senador				R\$ 503.360
20.3	Deputado Federal				R\$ 377.520
20.4	Deputado Estadual				R\$ 235.950
20.5	Prefeito Capital				R\$ 386.100
20.6	Prefeito Interior				R\$ 188.760
20.7	Vereador Capital				R\$ 125.840
20.8	Vereador Interior				R\$ 70.785

21	Campanha Política	ADAPTAÇÃO (30%)	REFAÇÃO (50%)	FINALIZAÇÃO (25%)	CRIAÇÃO
21.1	Kit 1 - 1 santinho, 1 adesivo de carro, 1 adesivo de lapela, 2 cartazes, 1 folder, 1 hotsite, 1 marca, 2 variações de marca, 1 VT, 1 spot, 3 faixas, 1 banner, 1 tratamento de imagem.	R\$ 15.295	R\$ 25.492	R\$ 12.746	R\$ 50.983
21.2	Kit 2 - 2 santinhos, 2 adesivos de carro, 2 adesivos de lapelas, 3 cartazes, 2 folders, 1 hotsite, 3 e-mails marketing, 2 marcas, 5 variações de marca, 2 VTs, 1 vinheta para TV, 3 vinhetas para rádio, 2 jingles, 2 spots, 5 faixas, 3 banners, 3 tratamentos de imagem.	R\$ 24.472	R\$ 40.787	R\$ 20.393	R\$ 81.574
21.3	Kit 3 - 3 santinhos, 3 adesivos de carro, 3 adesivos de lapelas, 3 cartazes, 3 folders, 1 hotsite, 3 e-mails marketing, 3 marcas, 7 variações de marca, 5 VTs, 3 vinhetas para TV, 3 vinhetas para rádio, 3 jingles, 3 spots, 10 faixas, 6 banners, discursos, 3 tratamentos de imagem, fotógrafo e maquiador	R\$ 45.885	R\$ 76.475	R\$ 38.238	R\$ 152.950

22	Serviços Adicionais	ADAPTAÇÃO (30%)	REFAÇÃO (50%)	FINALIZAÇÃO (25%)	CRIAÇÃO
22.1	Cópia com CD				R\$ 302
22.2	Cópia com Pen Drive (unidade até 8 gigas)				R\$ 905
22.3	Digitação de Textos (por lauda até 1.200 toques)				R\$ 719
22.4	Digitação de Textos / Outros idiomas (por lauda)				50%
22.5	Infográfico em extensão .jpg+ HTML Estático	R\$ 3.274	R\$ 5.457	R\$ 2.728	R\$ 10.914
22.6	Infográfico em extensão .swf ou HTML 5	R\$ 4.729	R\$ 7.882	R\$ 3.941	R\$ 15.764
22.7	Mapa de Localização Ilustrado	R\$ 2.205	R\$ 3.675	R\$ 1.838	R\$ 7.350
22.8	Mapa de Localização Simples	R\$ 1.469	R\$ 2.449	R\$ 1.224	R\$ 4.897
22.9	Tabela/Gráfico (mínimo)	R\$ 409	R\$ 682	R\$ 341	R\$ 1.364
22.10	Tabela/Gráfico (máximo)	R\$ 1.374	R\$ 2.289	R\$ 1.145	R\$ 4.579

23	Anúncios Display	ADAPTAÇÃO (30%)	REFAÇÃO (50%)	FINALIZAÇÃO (25%)	CRIAÇÃO
23.1	Master (quaisquer dimensões)	R\$ 1.456	R\$ 2.427	R\$ 1.214	R\$ 4.854
23.2	Adaptação (quaisquer dimensões)	R\$ 639	R\$ 1.065	R\$ 532	R\$ 2.129
23.3	Replicação (Ajustes de especificações para outros veículos)	R\$ 762	R\$ 1.271	R\$ 635	R\$ 2.542

*Considerando horas de motion e replicação completa de uma campanha de display para a rede display google (gdn), 18 formatos.

24	Formatos Publicitários Mais Utilizados	ADAPTAÇÃO (30%)	REFAÇÃO (50%)	FINALIZAÇÃO (25%)	CRIAÇÃO
24.1	Arranha-céu (Skyscraper) 120 X 600	R\$ 1.693,38	R\$ 2.822,30	R\$ 1.411,15	R\$ 5.644,60
24.2	Arranha-céu largo (Wide skyscraper) 160 x 600	R\$ 1.884,87	R\$ 3.141,45	R\$ 1.570,73	R\$ 6.282,90
24.3	Banner 468 x 60	R\$ 1.456,26	R\$ 2.427,10	R\$ 1.213,55	R\$ 4.854,20
24.4	Barra vertical 200 x 446	R\$ 1.456,26	R\$ 2.427,10	R\$ 1.213,55	R\$ 4.854,20
24.5	Dhtml / Floater Variável, até 72.200 pixels de área	R\$ 1.775,67	R\$ 2.959,45	R\$ 1.479,73	R\$ 5.918,90
24.6	Giga banner (Cabeçalho grande) 970 x 90	R\$ 1.731,21	R\$ 2.885,35	R\$ 1.442,68	R\$ 5.770,70
24.7	Meia página (Half page) 300 x 600	R\$ 1.693,38	R\$ 2.822,30	R\$ 1.411,15	R\$ 5.644,60
24.8	Outdoor (Billboard) 970 x 250	R\$ 1.775,67	R\$ 2.959,45	R\$ 1.479,73	R\$ 5.918,90
24.9	Quadrado 250 x 250	R\$ 1.456,26	R\$ 2.427,10	R\$ 1.213,55	R\$ 4.854,20
24.10	Quadrado pequeno 200 x 200	R\$ 1.456,26	R\$ 2.427,10	R\$ 1.213,55	R\$ 4.854,20
24.11	Retângulo 180 x 150	R\$ 1.456,26	R\$ 2.427,10	R\$ 1.213,55	R\$ 4.854,20
24.12	Retângulo grande 336 x 280	R\$ 1.693,38	R\$ 2.822,30	R\$ 1.411,15	R\$ 5.644,60
24.13	Retângulo médio 300 x 250	R\$ 1.693,38	R\$ 2.822,30	R\$ 1.411,15	R\$ 5.644,60
24.14	Retângulo vertical 240 x 400	R\$ 1.775,67	R\$ 2.959,45	R\$ 1.479,73	R\$ 5.918,90
24.15	Super banner (Cabeçalho) 728 x 90	R\$ 1.693,77	R\$ 2.822,95	R\$ 1.411,48	R\$ 5.645,90
24.16	Super banner expansível 728 x 90 - 728 x 300	R\$ 1.775,67	R\$ 2.959,45	R\$ 1.479,73	R\$ 5.918,90

25	MOBILE - Feature Phones	ADAPTAÇÃO (30%)	REFAÇÃO (50%)	FINALIZAÇÃO (25%)	CRIAÇÃO
25.1	Small Banner 120 X 20	R\$ 1.798,68	R\$ 2.997,80	R\$ 1.498,90	R\$ 5.995,60
25.2	Medium Banner 168 x 28	R\$ 2.035,02	R\$ 3.391,70	R\$ 1.695,85	R\$ 6.783,40
25.3	Large Banner 216X36	R\$ 2.035,02	R\$ 3.391,70	R\$ 1.695,85	R\$ 6.783,40
MOBILE - Smart Phones Web & Apps		ADAPTAÇÃO (30%)	REFAÇÃO (50%)	FINALIZAÇÃO (25%)	CRIAÇÃO
25.4	Banner e Banner Expansível 300x50	R\$ 2.035,02	R\$ 3.391,70	R\$ 1.695,85	R\$ 6.783,40
25.5	Wide Banner e Wide Banner Expansível 320x50	R\$ 2.197,26	R\$ 3.662,10	R\$ 1.831,05	R\$ 7.324,20
25.6	Interstitial 300x250	R\$ 2.197,26	R\$ 3.662,10	R\$ 1.831,05	R\$ 7.324,20

Observação: formatos padrão iab e rede display google (gdn). Sujeitos a alteração

26	Outras Peças	ADAPTAÇÃO (30%)	REFAÇÃO (50%)	FINALIZAÇÃO (25%)	CRIAÇÃO
26.1	Post simples/Anúncio Redes Sociais (jpg/gifs + texto)	R\$ 1.308	R\$ 2.180	R\$ 1.090	R\$ 4.360
26.2	Post Carrossel (jpg/gifs + texto)	R\$ 2.616	R\$ 4.360	R\$ 2.180	R\$ 8.720
26.3	Cover para Redes Sociais	R\$ 1.308	R\$ 2.180	R\$ 1.090	R\$ 4.360
26.4	Anúncio para Tablet Horizontal ou Vertical	R\$ 2.913	R\$ 4.854	R\$ 2.427	R\$ 9.708
26.5	Anúncio para Tablet Horizontal e Vertical	R\$ 4.369	R\$ 7.281	R\$ 3.641	R\$ 14.563

27

Projetos Business Intelligence

ADAPTAÇÃO
(30%)

REFAÇÃO
(50%)

FINALIZAÇÃO
(25%)

CRIAÇÃO

A disciplina business intelligence é ampla com várias áreas de atuação, tais como: big data, análise qualitativa e quantitativa de dados, planejamento de TI, banco de dados, entre outras. escolhemos inserir o preço referência do serviço mais demandado pelos clientes: análise de campanhas de comunicação.

27.1	Análise de BI	R\$ 2.621	R\$ 4.368	R\$ 2.184	R\$ 8.736
------	---------------	-----------	-----------	-----------	-----------

Análise qualitativa de dados gerados a partir das diversas plataformas disponíveis no mercado que coletam dados nos canais utilizados nas ações.

Observação: Análise estimada para campanhas de porte médio, com até 5 canais digitais diferentes.

28

PLANEJAMENTO DE CAMPANHAS DIGITAIS

ADAPTAÇÃO
(30%)

REFAÇÃO
(50%)

FINALIZAÇÃO
(25%)

CRIAÇÃO

Abrange 2 áreas distintas: planejamento estratégico e o planejamento de mídia, ambos para campanhas digitais. Partimos do princípio de que as premissas globais como objetivos, metas, matriz swot e demais componentes de um planejamento estratégico da marca já foram feitos e implementados.

28.1	Planejamento Estratégico de Campanhas Digitais	R\$ 13.767	R\$ 22.945	R\$ 11.473	R\$ 45.890
------	--	------------	------------	------------	------------

A partir de briefing padrão com todas as informações referentes a campanha a ser planejada a equipe de planejamento, em conjunto com as equipes de BI (Business Intelligence) e Mídia, desenvolverão o planejamento estratégico da campanha definindo: métodos de abordagem, personas alvo das ações, jornada do consumidor de acordo com o produto ou serviço objeto da campanha e objetivos a serem atingidos.

28.2	Planejamento de Mídia para Campanhas Digitais	R\$ 9.399	R\$ 15.665	R\$ 7.833	R\$ 31.330
------	---	-----------	------------	-----------	------------

A partir de briefing padrão com todas as informações referentes à campanha a ser planejada, somadas as informações do planejamento estratégico da campanha, a equipe de mídia definirá: canais digitais que melhor atendem à estratégia definida, volume de mídia em cada canal, plano de mídia padrão com todo o detalhamento técnico dos canais escolhidos, KPIs, modelos e periodicidade de relatório para o cliente.

Observação: Planejamento estimado para campanhas de porte médio com volume de autorização de mídia com até 5 canais digitais

29

GESTÃO DE CAMPANHA DE PERFORMANCE

Acompanhamento diário da campanha, com otimização constante, incluindo a implementação de recursos e ferramentas que visam garantir a melhor performance da conta, além do controle orçamentário da campanha.

REDE DE PESQUISA (LINKS PATROCINADOS)					
Otimização das campanhas com base no resultado dos reports diários fornecidos pelas ferramentas.				20% da verba gerenciada	
REDE DE DISPLAY					
Otimização das campanhas com base no resultado dos reports diários fornecidos pelas ferramentas.				20% da verba gerenciada	
PROGRAMÁTICA					
Otimização das campanhas com base no resultado dos reports diários fornecidos pelas ferramentas.				20% da verba gerenciada	

Observação: Preço mínimo para Gestão de Campanha de Performance: R\$ 5.200/mês.

30

PLANEJAMENTO DE REDES SOCIAIS

ADAPTAÇÃO
(30%)

REFAÇÃO
(50%)

FINALIZAÇÃO
(25%)

CRIAÇÃO

O planejamento de redes sociais inclui definição dos objetivos, conteúdo, plataformas e canais, incluindo a identidade visual desses canais, recursos a serem utilizados, persona da marca, métricas e monitoramento de resultados. Exige um diagnóstico que consiste em mapear a atuação da marca nas diversas plataformas sociais e a identidade percebida e compartilhada por seus stakeholders.

30.1	Diagnóstico da presença nas redes sociais; Definição dos objetivos a serem atingidos Avaliação das melhores plataformas para a marca e definição do papel estratégico de cada uma; Criação de guia de conteúdo, incluindo a identidade visual, recursos a ser utilizados, persona da marca, tom de voz, editorial e volumetria; Definição de métricas para acompanhamento; Definição de ferramentas para análise de desempenho	R\$ 10.608	R\$ 17.680	R\$ 8.840	R\$ 35.360
------	---	------------	------------	-----------	------------

Assinado por 2 pessoas: LEILIANE MUNIZ FONSECA e CLAUDIO HENRIQUE DONATONI
Para verificar a validade das assinaturas, acesse <https://caceres.1doc.com.br/verificacao/3A48-B91A-73F4-3C43> e informe o código 3A48-B91A-73F4-3C43

31 GESTÃO DE REDES SOCIAIS

ADAPTAÇÃO
(30%)REFAÇÃO
(50%)FINALIZAÇÃO
(25%)

CRIAÇÃO

Gestão e criação de conteúdo para os canais, com periodicidade e frequência de publicação. Análise das menções da marca, bem como da repercussão das ações da empresa nesses canais. O monitoramento contínuo inclui o relacionamento com os stakeholders, análises de métricas relevantes e ações emergenciais de acordo com o que for detectado.

31.1	GESTÃO DE CANAIS E CONTEÚDO	R\$ 10.608	R\$ 17.680	R\$ 8.840	R\$ 35.360
------	-----------------------------	------------	------------	-----------	------------

Gestão e criação de conteúdo para os canais, com periodicidade e frequência de publicação;
Publicação de conteúdo próprio ou de terceiros; Planejamento recorrente dos temas abordados no mês;
Customização das fanpages com o mote do período;
Gerenciamento de fluxo de aprovação de conteúdo junto ao cliente;
Volumetria: até 03 redes sociais, postagens nas seguintes quantidades: Facebook 3 posts/semana, Twitter 1 post/dia, Instagram 2 posts/semana
Insights para a produção de conteúdo
Entrega e apresentação de relatório mensal

31.2	GESTÃO DE MONITORAMENTO	R\$ 10.608	R\$ 17.680	R\$ 8.840	R\$ 35.360
------	-------------------------	------------	------------	-----------	------------

Análise das menções da marca, bem como da repercussão das ações da empresa nesses canais (até 8.000 menções/mês);
Monitoramento de interações das pessoas com a marca e com as postagens;
• Monitoramento das postagens com métricas, análise, avaliação de resultados;
Monitoramento de menções e temperatura de humor;
Monitoramento de resultados de ações e campanhas;
Indicadores de desempenho (KPIs)
Acordo de Nível de Serviço 5x8
Entrega e apresentação de relatório mensal

31.3	GESTÃO DE RELACIONAMENTO	R\$ 4.368	R\$ 7.280	R\$ 3.640	R\$ 14.560
------	--------------------------	-----------	-----------	-----------	------------

Monitoramento do relacionamento dos seguidores com a marca;
Classificação do perfil de seguidores e influenciadores;
Monitoramento e análise para ações emergenciais complexas e sem complexidade;
Acordo de Nível de Serviço 5x8
Volume médio de 150 interações por mês
Entrega e apresentação de relatório mensal

Observação: Os preços não incluem contratação de ferramenta de gestão e monitoramento em redes sociais.

32 PROJETOS > SEO (SEARCH ENGINE OPTIMIZATION)

ADAPTAÇÃO
(30%)REFAÇÃO
(50%)FINALIZAÇÃO
(25%)

CRIAÇÃO

32.1	PLANEJAMENTO	R\$ 9.165	R\$ 15.275	R\$ 7.638	R\$ 30.550
------	--------------	-----------	------------	-----------	------------

Etapas fundamentais para o sucesso dos projetos de SEO, o planejamento identifica os melhores termos (palavras-chave) e canais para posicionar a marca, considerando o produto/serviço, concorrência e, principalmente, volume de buscas na internet, a fim de assegurar o melhor posicionamento da marca nos sites de busca. São definidas as metas e os KPIs que nortearão a gestão de SEO. Estratégias de link building, conteúdo e performance também são definidos no planejamento, bem como melhorias técnicas para otimizar a indexabilidade nos mecanismos de busca.

- Análise do comportamento de busca do mercado da empresa;
- Definição de palavras-chave positivas e negativas que afetam a audiência;
- Identificação das palavras-chave que estão mais associadas ao domínio;
- Definição dos melhores canais (buscadores);
- Definição dos tipos de conteúdo mais adequados;
- Definição das estratégias de link building;
- Análise do ranking orgânico (organic) e de autoridade (authority);
- Estudo de consistência das palavras-chave em páginas específicas;
- Traffic source: tendências no volume de buscas para o mercado/segmento, em todos os buscadores;
- Análise do campo semântico para qualificação da audiência desejada;
- Definição da estratégia de Gestão de Autoridade;
- Definição de Metas e KPIs.

32.2	GESTÃO	R\$ 4.485	R\$ 7.475	R\$ 3.738	R\$ 14.950
------	--------	-----------	-----------	-----------	------------

A gestão de SEO é um trabalho contínuo, visto que os algoritmos de busca evoluem constantemente. Inclui link building, instruções técnicas para otimização de páginas, códigos do site, otimização do conteúdo e das imagens, instruções para otimização de backlinks e, principalmente, gestão de performance com foco nos KPIs definidos no planejamento.

Diagnóstico e setup inicial do canal consiste em ações técnicas no canal, executadas no início do trabalho de gestão, que visam corrigir falhas e tornar o canal ótimo e relevante pelos buscadores.

- Apointamento de otimizações da estrutura da informação no site;
- Melhorias no title e meta description;
- Correções na indexação do site (rastreamento, ações manuais, DNS, 404, bots, sitemaps e servidor);
- Levantamento de transferência de propriedade e autoridade de página/domínio;
- Análises de broken link, backlinks e link building;
- Identificação de erros e fatores que podem ser interpretados como black hat;
- Relatório de posição do site na busca orgânica em palavras-chave positivas.

Observação: Preço para 20 seções/templates.

32.3	GESTÃO DE SEO	R\$ 3.705	R\$ 6.175	R\$ 3.088	R\$ 12.350
------	---------------	-----------	-----------	-----------	------------

- A gestão de SEO é um trabalho contínuo, visto que os algoritmos de busca evoluem constantemente. É fundamental para chegar à primeira página dos buscadores e manter o site em evidência.
- Orientações para criação de conteúdos relacionados aos objetivos traçados;
 - Instruções técnicas para otimização de páginas;
 - Revisão constante de códigos do canal;
 - Otimização do conteúdo e das imagens;
 - Instruções para otimização de backlinks;
 - Gestão de performance com foco nos KPIs definidos no planejamento;
 - Volume sugerido criação de um conteúdo por semana.

Observação: Escopos e investimentos estimados para um canal de pequeno e médio porte com especificação funcional semelhante aos citados nesta tabela.

33	PROJETOS > WEBSITE	ADAPTAÇÃO (30%)	REFAÇÃO (50%)	FINALIZAÇÃO (25%)	CRIAÇÃO
33.1	Responsivo com 10 seções. Especificação funcional, arquitetura de informação (UX), sitemap, wireframe, layout e desenvolvimento front-end e back-end para um novo website. Painel de administração para atualização de conteúdo. HTML desenvolvido utilizando os padrões W3C (HTML, XHTML, CSS, XML, etc.). Configurações básicas para indexação em buscadores. Testes nas últimas versões dos principais navegadores.	R\$ 14.469	R\$ 24.115	R\$ 12.058	R\$ 48.230
33.2	Website	R\$ 5.788	R\$ 9.646	R\$ 4.823	R\$ 19.292

34	PROJETOS > HOTSITE	ADAPTAÇÃO (30%)	REFAÇÃO (50%)	FINALIZAÇÃO (25%)	CRIAÇÃO
34.1	Hotsite de evento com 8 seções, sem meio de pagamento ou controles integrados. Especificação funcional, arquitetura de informação (UX), sitemap, wireframe, layout e desenvolvimento front-end e back-end. Painel de administração para atualização de conteúdo. HTML desenvolvido utilizando os padrões W3C (HTML, XHTML, CSS, XML, etc.). Configurações básicas para indexação em buscadores.	R\$ 8.330	R\$ 13.883	R\$ 6.942	R\$ 27.767
34.2	Hotsite	R\$ 3.333	R\$ 5.554	R\$ 2.777	R\$ 11.109

35	PROJETOS > MOBILE SITE	ADAPTAÇÃO (30%)	REFAÇÃO (50%)	FINALIZAÇÃO (25%)	CRIAÇÃO
	Versão de um website já existente, 10 seções: home, empresa, serviços, galeria de mídias (fotos, vídeos), formulário de contato, formulário de orçamento, notícias, clientes, casos de sucesso, resultados de busca. Especificação funcional, arquitetura de informação (UX), sitemap, wireframe, layout e desenvolvimento front-end e back-end. Painel de administração para atualização de conteúdo. HTML desenvolvido utilizando os padrões W3C (HTML, XHTML, CSS, XML, etc.). Configurações básicas para indexação em buscadores. Testes em até 10 resoluções diferentes de dispositivos móveis.	R\$ 8.658	R\$ 14.430	R\$ 7.215	R\$ 28.860

36	PROJETOS > BLOG	ADAPTAÇÃO (30%)	REFAÇÃO (50%)	FINALIZAÇÃO (25%)	CRIAÇÃO
36.1	Responsivo com 5 seções: home, categoria de conteúdo, conteúdo, resultados de busca e fale conosco. Especificação funcional, arquitetura de informação (UX), sitemap, wireframe, layout e desenvolvimento front-end e back-end. Painel de administração para atualização de conteúdo. HTML desenvolvido utilizando os padrões W3C (HTML, XHTML, CSS, XML, etc.). Configurações básicas para indexação em buscadores. Testes nas últimas versões dos principais navegadores.	R\$ 5.616	R\$ 9.360	R\$ 4.680	R\$ 18.720
36.2	Blog	R\$ 2.246	R\$ 3.744	R\$ 1.872	R\$ 7.488



37 PROJETOS > LANDING PAGE

ADAPTAÇÃO
(30%)REFAÇÃO
(50%)FINALIZAÇÃO
(25%)

CRIAÇÃO

Página criada exclusivamente como destino de uma campanha. Tem como principal objetivo informar o usuário sobre uma determinada ação, lançamento, promoção com foco em aumentar o engajamento e conversão

37.1	Página única de campanha já definida no planejamento, responsiva, com os seguintes elementos: até 3 banners em slider, até 2 blocos de textos, até 10 imagens, até 3 vídeos incorporados de ferramenta de terceiros, formulário de captação que envia um e-mail ao administrador. Especificação funcional, arquitetura de informação (UX), sitemap, wireframe, layout e desenvolvimento front-end e back-end. HTML desenvolvido utilizando os padrões W3C (HTML, XHTML, CSS, XML, etc.). Configurações básicas para indexação em buscadores. Testes nas últimas versões dos principais navegadores.	R\$ 2.777	R\$ 4.628	R\$ 2.314	R\$ 9.256
37.2	Landing Page	R\$ 1.111	R\$ 1.852	R\$ 926	R\$ 3.703

*Observações válidas para Website, Hotsite, Mobile Site, Blog e Landing Page:

- 1) Os preços não incluem produção de conteúdo e ferramentas interativas não especificadas no escopo.
2) Os preços não incluem hospedagem, compra de domínio e certificados de segurança, que devem ser orçados à parte.

38 PROJETOS > E-COMMERCE

ADAPTAÇÃO
(30%)REFAÇÃO
(50%)FINALIZAÇÃO
(25%)

CRIAÇÃO

Customização de e-commerce, utilizando plataforma de mercado existente. Em caso de plataformas open-source, é definido um tema padrão e com base nele é feita a customização. Em caso de plataforma proprietária, é utilizado o tema já existente e feitas as customizações dentro dos limites da plataforma

38.1	E-commerce para empresas de pequeno e médio porte com nível de maturidade média em venda online. Layout e desenvolvimento front-end e back-end. Personalização das seguintes páginas: home, categoria de produtos, produto, carrinho de compras, finalização de pedido, resultados de busca, institucional. HTML desenvolvido utilizando os padrões W3C (HTML, XHTML, CSS, XML, etc.). Configurações básicas para indexação em buscadores. Testes nas últimas versões dos principais navegadores.	R\$ 18.798	R\$ 31.330	R\$ 15.665	R\$ 62.660
38.2	E-commerce	R\$ 7.519	R\$ 12.532	R\$ 6.266	R\$ 25.064

Observações:

- 1) O preço não inclui: planejamento, treinamento, homologação de meios de pagamento e de formas de entrega e carga de produtos.
2) O preço não inclui desenvolvimento ou locação de plataforma, que devem ser orçados à parte.
O preço não inclui hospedagem, compra de domínio e certificados de segurança, que devem ser orçados à parte.

39 PROJETOS > E-MAIL MARKETING

ADAPTAÇÃO
(30%)REFAÇÃO
(50%)FINALIZAÇÃO
(25%)

CRIAÇÃO

39.1	CRIAÇÃO E PRODUÇÃO DO HTML Criação de layout com conteúdo produzido a partir de briefing do cliente, mais diagramação e produção da peça em HTML, com links e códigos para mensuração.	R\$ 1.006	R\$ 1.677	R\$ 839	R\$ 3.354
39.2	OUTROS SERVIÇOS DE E-MAIL MARKETING Importação, higienização e segmentação da base. Importação do HTML e programação dos disparos. Gestão: geração de relatórios, análise de performance e sugestões de ajustes.				a combinar

40 PROJETOS > NEWSLETTER

ADAPTAÇÃO
(30%)REFAÇÃO
(50%)FINALIZAÇÃO
(25%)

CRIAÇÃO

40.1	CRIAÇÃO E PRODUÇÃO DO HTML Criação de layout mais diagramação e produção da peça em HTML, com links e códigos para mensuração. *Conteúdo especializado produzido pelo cliente.	R\$ 1.308	R\$ 2.180	R\$ 1.090	R\$ 4.360
40.2	OUTROS SERVIÇOS DE NEWSLETTER Importação, higienização e segmentação da base. Importação do HTML e programação dos disparos. Gestão: geração de relatórios, análise de performance e sugestões de ajustes.				a combinar

Custos referenciais hora-homem para planejamento, criação, execução e gestão de projetos digitais, com natureza e grau de complexidade diferentes e custos variáveis.

Exemplos:

- Site, mobile site, hotsite, e-commerce, landing page, blog e mobile app;
- Análise de presença, planejamento e gestão de marcas em redes sociais;
- Planejamento e gestão de campanhas digitais;
- Planejamento, setup e gestão de SEO;
- Produção de conteúdo especializado e multimídia para sites, redes sociais, etc.;
- Criação e produção de intervenções diferenciadas.

O orçamento final será baseado em três pilares essenciais:

- 1) Detalhamento claro do escopo de trabalho;
- 2) Metodologia para execução e gestão de projeto;
- 3) Tecnologia adotada.

Existem 5 áreas básicas, necessárias para o desenvolvimento dos serviços digitais:

Planejamento				R\$ 494 a R\$ 594
Atendimento e Gestão				R\$ 396 a R\$ 495
Design/Criação				R\$ 396 a R\$ 495
Produção de Conteúdo (web ou redes sociais)				R\$ 296 a R\$ 420
Programação				R\$ 296 a R\$ 396

SINDICATO DAS AGÊNCIAS DE PROPAGANDA
Sinapro
 MATO GROSSO
www.sinapromt.org.br

ASSOCIE-SE AGORA.

SE TEM NOVIDADE, TEM NO
FOLHAMAX.COM





A GENTE IMPRIME QUALIDADE EM COMUNICAÇÃO VISUAL



*Toda qualidade e comprometimento
que você já conhece nas impressões
da Gráfica Print, também pode
conferir na produção de materiais
de comunicação visual.*

*Temos um parque gráfico
totalmente voltado para essa área,
com profissionais capacitados e
experientes.*

Fachada

Totens

Placas acrílicas para sinalização

Envelopamento de frota

Banners

Displays

FALE COM A GENTE E FAÇA SEU ORÇAMENTO:

 **graficaprintmt**

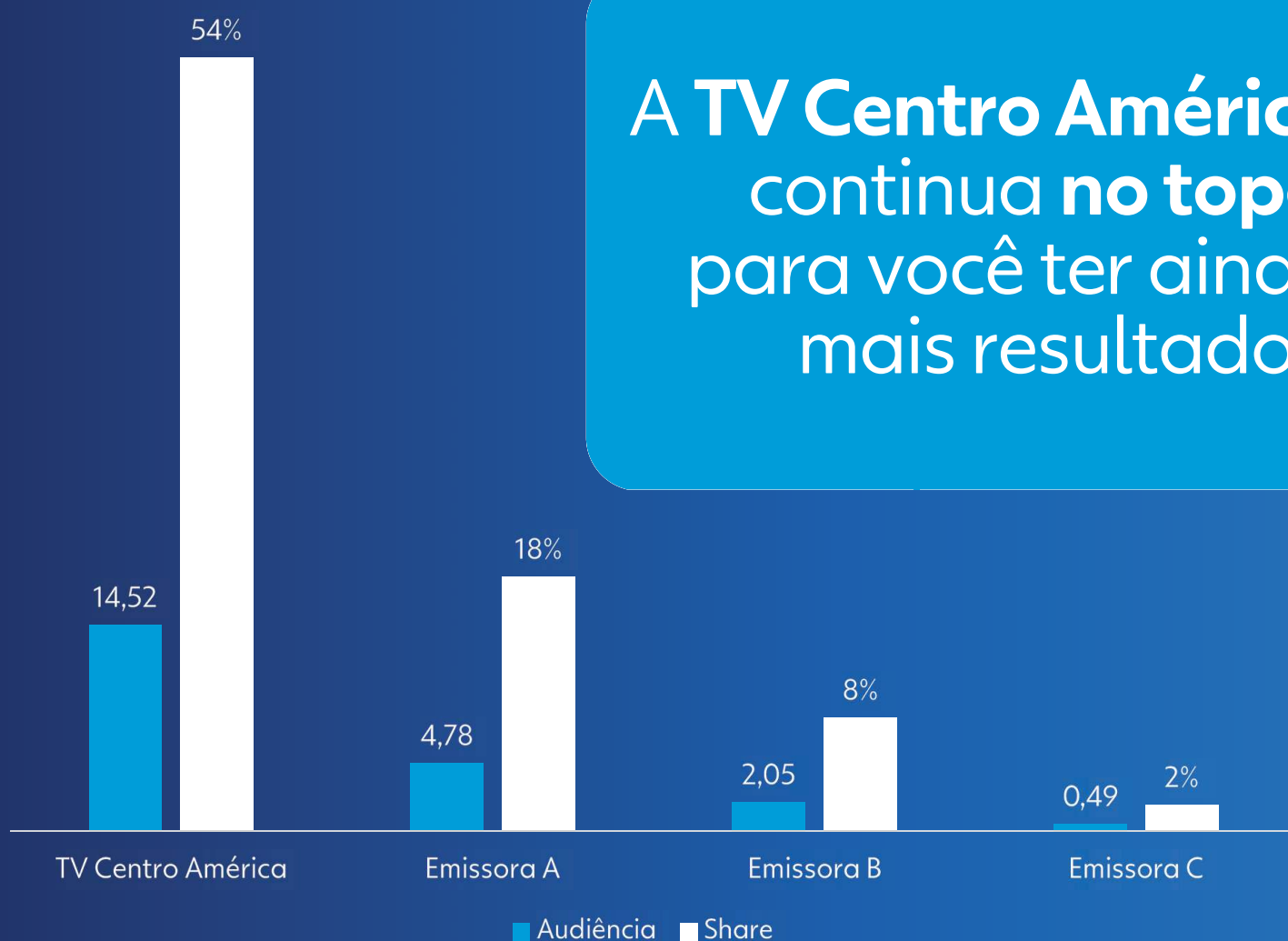
 **graficaprint**

65 3617.7600
www.graficaprint.com.br

GRÁFICA
PRINT[®]
COMPROMISSO COM A QUALIDADE

A pesquisa é nova,
mas a notícia é velha...

SOMOS LÍDERES DE AUDIÊNCIA E SHARE



A TV Centro América
continua **no topo**,
para você ter ainda
mais resultados!

Fonte: Kantar Ibope Média. Instar. Cuiabá/Varz. Grande. Total Indivíduos. Adh%. | Média faixa horária seg/dom | 06h as 24h | base TLL. 18 a 24 de setembro de 2023.

PROGRAMA

VARIEDADES

PRA VOCÊ

gonçalescordeiro



João de Oliveira
Apresentador



TV CIDADE VERDE
Sempre em movimento!



27.1
TV MATO GROSSO



TV
Cuiabá

NATIVA
FM 94,3
CUIABÁ

CBN
Cuiabá 95,9^{FM}

SpeedLabel®

rótulos adesivos e mídia



@speedlabelmt

Rua Comendador Henrique, 1298, Dom Aquino, 78015-050
Cuiabá/MT - Brasil



www.sinapromt.org.br



www.fenapro.org.br

*Válido a partir de Abril/24



ESTADO DE MATO GROSSO
PREFEITURA MUNICIPAL DE CÁCERES SECRETARIA MUNICIPAL E ESPECIAL DE
ASSUNTOS ESTRATÉGICOS

TERMO DE REFERÊNCIA Nº 08/2024

1. CONDIÇÕES GERAIS DA CONTRATAÇÃO

1.1. CONTRATAÇÃO DE AGÊNCIA DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA ESPECIALIZADA NA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PLANEJAMENTO, CRIAÇÃO, PRODUÇÃO, DISTRIBUIÇÃO, VEICULAÇÃO, CONTROLE E ACOMPANHAMENTO DE CAMPANHAS E PEÇAS PUBLICITÁRIAS, A SEREM REALIZADOS NA FORMA DE EXECUÇÃO INDIRETA, para a divulgação de trabalhos institucionais da **PREFEITURA MUNICIPAL DE CÁCERES-MT**, Estado de Mato Grosso, nos estritos termos da Lei Federal nº 12.232/2010, de 29 de abril de 2010.

1.2. DO TIPO DE DISPUTA:

A licitação se dará na modalidade Concorrência Pública, tipo Técnica e Preço, na forma presencial em atendimento aos critérios exigidos na Lei 12.232/2010.

1.1. Detalhamento do objeto

ITEM	DESCRIÇÃO	UNID	QUANT.	COD. TCE	CODIGO CATSERV





ESTADO DE MATO GROSSO
PREFEITURA MUNICIPAL DE CÁCERES SECRETARIA MUNICIPAL E ESPECIAL DE
ASSUNTOS ESTRATÉGICOS

1	Contratação de agência de publicidade e propaganda especializada na prestação de serviços de planejamento, criação, produção, distribuição, veiculação, controle e acompanhamento de campanhas e peças publicitárias, como anúncios impressos e eletrônicos em TV, rádio, jornal, revista e qualquer outro meio físico, nas mídias digitais e redes sociais, realização de pesquisas e outros instrumentos de	SV	01	0000561	
---	---	----	----	---------	--





ESTADO DE MATO GROSSO
**PREFEITURA MUNICIPAL DE CÁCERES SECRETARIA MUNICIPAL E ESPECIAL DE
ASSUNTOS ESTRATÉGICOS**

avaliação, além da criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, a serem realizados na forma de execução indireta, para a divulgação de trabalhos institucionais da PREFEITURA MUNICIPAL DE CÁCERES-MT, Estado de Mato Grosso, nos estritos termos da Lei Federal nº 12.232/2010, de 29 de abril de 2010.				
---	--	--	--	--

1.2. O (s) serviço (s) objeto desta contratação são caracterizados como especiais, conforme justificativa constante do Estudo Técnico Preliminar.

1.3. O prazo de vigência da contratação é de 12 meses contados a partir da assinatura do contrato, podendo ser prorrogada por iguais e sucessivos períodos, limitada a 60 (sessenta) meses, na forma do artigo 106 da Lei nº 14.133, de 2021.

1.4. O contrato oferece maior detalhamento das regras que serão aplicadas em relação à vigência da contratação.

1.5. Também integram o objeto como atividades complementares, os serviços especializados pertinentes:

- a) Ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento relativos à execução do contrato;
- b) À criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinada a expandir os efeitos das mensagens e das ações publicitárias, em consonância com novas tecnologias;
- c) À produção e à execução técnica das peças e ou material criados pelas agências contratadas.

1.6. As pesquisas e outros instrumentos de avaliação previstos na alínea “a” do subitem 1.5 terão a finalidade específica de:





ESTADO DE MATO GROSSO
**PREFEITURA MUNICIPAL DE CÁCERES SECRETARIA MUNICIPAL E ESPECIAL DE
ASSUNTOS ESTRATÉGICOS**

- a) Gerar conhecimento sobre o ambiente de atuação da PREFEITURA MUNICIPAL, o público-alvo e os veículos de divulgação nos quais serão difundidas as campanhas ou peças;
- b) Aferir o desenvolvimento estratégico, a criação e a divulgação de mensagens;
- c) Possibilitar a mensuração dos resultados das campanhas ou peças publicitárias realizadas em decorrência da execução do contrato.

1.7. É vedada a inclusão nas pesquisas e avaliações previstas na alínea “a” do subitem 1.10. de matéria estranha ou que não guarde pertinência temática com a ação publicitária ou com o objeto do contrato de prestação de serviços de publicidade.

1.8. Os serviços previstos no objeto a ser licitado não abrangem as atividades de assessoria de comunicação, imprensa e relações públicas e a realização de eventos festivos de qualquer natureza, projetos de ambientação e decoração, montagem de estandes em feiras e exposições e serviços correlatos, viabilização de cotas de patrocínio para divulgação de projetos social, cultural e esportivo e merchandising com apoio da PREFEITURA MUNICIPAL, e atividades de desenvolvimento e implantação de serviços para internet, conforme regulamenta a Lei Federal nº 12.232/2010.

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

1.10. Os serviços objeto da presente contratação serão contratados com agência de propaganda cujas atividades sejam disciplinadas pela Lei nº 4.680/1965 e que tenham obtido certificado de qualificação técnica de funcionamento, nos termos do art. 4º da Lei nº 12.232/2010.

1.11. A agência atuará por ordem e conta da Prefeitura Municipal de Cáceres-MT, Estado de Mato Grosso, em conformidade com o art. 3º da Lei nº 4.680/1965, na contratação de fornecedores de bens e serviços especializados para a execução das atividades complementares de que trata o subitem 1.5 e de veículos e demais meios de divulgação, para a transmissão de mensagens publicitárias.

1.12. Tais serviços, tendo em vista a promoção da cidadania, deverão ter caráter legal, educativo, informativo, ou de orientação social, perseguindo sempre a meta de eficiência e racionalidade na otimização e aplicação dos recursos.





ESTADO DE MATO GROSSO
**PREFEITURA MUNICIPAL DE CÁCERES SECRETARIA MUNICIPAL E ESPECIAL DE
ASSUNTOS ESTRATÉGICOS**

1.13. A agência não poderá subcontratar outra agência de propaganda para a execução de serviços previstos no item 1.

1.14. A agência atuará de acordo com solicitação da PREFEITURA MUNICIPAL DE CÁCERES-MT, Estado de Mato Grosso e suas diretrizes, regras e normativas estabelecidas.

1.15. O produto final decorrente da execução do objeto desta licitação será propriedade da Prefeitura Municipal de Cáceres-MT, Estado de Mato Grosso, sendo, portanto, proibida a sua divulgação por qualquer meio ou sua reprodução total ou parcial sem expressa autorização, ficando o contratado sujeito às penalidades aplicáveis.

2. FUNDAMENTAÇÃO E DESCRIÇÃO DA NECESSIDADE DA CONTRATAÇÃO

2.1. A comunicação realizada por uma instituição pública relaciona-se às disposições legais de um Estado de direito, que tem, dentre suas obrigações, fornecer aos cidadãos as informações indispensáveis ao funcionamento da sociedade, por meio da divulgação da oferta de serviços prestados e da prestação de contas de suas realizações.

2.2. A presente contratação tem por objetivo dar conhecimento à sociedade, de forma clara e transparente, das ações governamentais praticadas neste Município, no que se refere à administração do patrimônio público. Logo, a contratação de empresa prestadora de serviços de publicidade e propaganda é ferramenta essencial para o cumprimento dessa missão, razão pela qual se dá início a este processo licitatório.

2.3. A agência de publicidade ou agência de propaganda de acordo com a Lei nº 4.680/65, Artigo 3º, a Agência de Propaganda é pessoa jurídica especializada na arte e técnica publicitárias, que, através de especialistas, estuda, concebe e distribui propaganda aos Veículos de Divulgação, por ordem e conta de Clientes Anunciantes, com o objetivo de promover a venda de produtos e serviços, difundir ideias ou informar o público a respeito de organizações ou instituições colocadas a serviço desse mesmo público.

2.4. Além disso, o serviço de publicidade e propaganda é tratado pelos doutrinadores, em especial, Jessé Torres destaca que: *“A prestação de serviços de execução contínua é aquela cuja falta paralisa ou retarda o serviço de sorte a comprometer a correspondente função estatal ou*





ESTADO DE MATO GROSSO
PREFEITURA MUNICIPAL DE CÁCERES SECRETARIA MUNICIPAL E ESPECIAL DE
ASSUNTOS ESTRATÉGICOS

paraestatal. (.) Cabe à Administração, diante das circunstâncias de cada caso e do interesse do serviço, decidir pela prorrogação dos serviços contínuos por até 60 meses.”.¹

2.5. O fundamental direito à informação, possui escopo no inciso XXXIII do art. 5º do parágrafo 3º do art. 37, bem como no parágrafo 2º do art. 216, todos da Constituição Federal, é viabilizado pelo princípio da publicidade, propiciando ao cidadão acesso aos dados que entender necessários à sua atuação, como agente político passivo.

2.6. O direito à informação pública é essencial para a prática da cidadania, sendo papel da esfera governamental, no campo da comunicação pública, promover a adequada compreensão pública das funções governamentais, fornecer informações contínuas a respeito da administração pública, bem como disponibilizar meios que ofereçam ao cidadão a oportunidade de influenciar a política e as ações do Governo.

2.7. Verificando exemplificativamente as campanhas que as Administrações Públicas municipais realizam normalmente, e a imperiosa necessidade de serem divulgadas aos cidadãos, pode-se constatar a importância de que a comunicação governamental não sofra solução de continuidade, pois constitui meio fundamental para persuadir o público a utilizar os serviços que lhe são disponibilizados pela Administração Pública (nos campos da saúde, da educação, da segurança entre outros) ou a assimilar determinadas ideias (aderir a uma causa social, por exemplo).

2.8. Essa necessidade de interação dos órgãos públicos com os cidadãos não é mera divulgação de dados, mas tem por fim incutir na mente das pessoas determinados dados, seja para educar, informar ou orientar a sociedade.

2.9. Publicidade Legal: a que se realiza em obediência à prescrição de leis, decretos, portarias, instruções, estatutos, regimentos ou regulamentos internos dos anunciantes governamentais;

2.10. Publicidade Institucional: a que tem como objeto divulgar informações sobre atos, obras e programas dos órgãos e entidades governamentais, suas metas e resultados;

2.11. Publicidade de Utilidade Pública: a que tem como objetivo informar, orientar, avisar, prevenir ou alertar a população ou seguimento da população para adotar comportamentos que lhe tragam benefícios sociais reais, visando melhorar sua qualidade de vida;

¹ Comentários à Lei de Licitações e Contratações da Administração Pública, RJ: Renovar, 1994, p. 349, 351.





ESTADO DE MATO GROSSO
**PREFEITURA MUNICIPAL DE CÁCERES SECRETARIA MUNICIPAL E ESPECIAL DE
ASSUNTOS ESTRATÉGICOS**

2.12. Entenda-se por serviços de publicidade o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o objetivo de promover a venda de bens ou serviços de qualquer natureza, difundir ideias ou informar o público em geral.

2.13. Em suma, é de se lembrar que a publicidade governamental tem como fins, dentre outros, informar os cidadãos de seus direitos e deveres, bem como dar maior conhecimento sobre:

- a) Os serviços públicos;
- b) Prestar contas e divulgar suas realizações;
- c) Dar maior visibilidade aos órgãos públicos;
- d) Promover e proteger a cidadania.

2.14. A mobilização da população em torno de esforços de prevenção e de combate aos problemas sociais, econômicos e sobretudo sanitários, campanhas essas inquestionavelmente revestidas de utilidade pública.

2.15. Deve-se lembrar que campanhas de promoção da saúde têm o intuito de promover hábitos saudáveis, fornecer orientações para o uso da infraestrutura de saúde, e gerar mobilização, individual ou coletiva em torno da saúde.

2.16. Reveste-se a atuação da Administração Pública de um caráter preventivo, justamente para evitar que lhe caiba remediar as situações de crise na saúde.

2.17. Basta atentar para as diversas áreas de interesse da Administração Pública para a solução de problemas sociais de que são acometidas as populações das cidades brasileiras: na **SAÚDE, SANEAMENTO, ARRECADAÇÃO DE TRIBUTOS, DEFESA CIVIL, ASSISTÊNCIA SOCIAL, ORDENAMENTO URBANO, EDUCAÇÃO, MOBILIDADE URBANA e DESPORTOS**, propagação do **TURISMO e CULTURA LOCAL**, dentre outros.

2.18. Como destacou o ministro do Tribunal de Contas da União, Benjamin Zymler: *“Ocorre que o serviço de publicidade, mesmo sendo divisível contratualmente, não o é para efeito de licitação, tanto da perspectiva econômica, quanto da de utilidade. Isto porque, além de ser dispendioso o lançamento de uma licitação para cada campanha, quando a necessidade de comunicação surge, em geral não se tem como esperar que o certame seja processado, sob pena de*





ESTADO DE MATO GROSSO
PREFEITURA MUNICIPAL DE CÁCERES SECRETARIA MUNICIPAL E ESPECIAL DE
ASSUNTOS ESTRATÉGICOS

fazer a ação intempestiva. É próprio da informação publicitária o aproveitamento de oportunidades. (Acórdão n. 3233/2010 – Plenário)”.

2.19. Lembramos ainda a lição do douto professor Diógenes Gasparini, segundo o qual: *“serviço de execução contínua é o que não pode sofrer solução de continuidade na prestação que se alonga no tempo, sob pena de causar prejuízos à Administração pública que dele necessita. Por ser de necessidade perene para a Administração Pública, é atividade que não pode ter sua execução paralisada, sem acarretar-lhe danos. É, em suma, aquele serviço cuja continuidade da execução a Administração Pública não pode dispor, sob pena do comprometimento do interesse público.”*²

2.20. O Tribunal de Contas da União, em seu abalizado manual Licitações & Contratos³ orienta para que o prazo de contrato para prestação de serviços contínuos possa ser estabelecido para um determinado período, além de não ser necessário coincidir a vigência com o ano civil, e prorrogado, por iguais e sucessivos períodos, a fim de obter preços e condições mais vantajosos até o limite de sessenta meses, desde que:

- O edital e o contrato estabeleçam expressamente a condição de prorrogação;
- A prorrogação não altere o objeto e o escopo do contrato;
- O preço contratado esteja em conformidade com o de mercado e, portanto, seja vantajoso para o contratante;
- A condição vantajosa da prorrogação esteja devidamente justificada nos autos do processo administrativo.

2.21. A Fundamentação da Contratação e de seus quantitativos encontra-se pormenorizada em tópico específico dos Estudos Técnicos Preliminares, apêndice deste Termo de Referência.

3. DESCRIÇÃO DA SOLUÇÃO COMO UM TODO CONSIDERADO O CICLO DE VIDA DO OBJETO

A descrição da solução como um todo encontra-se pormenorizada em tópico específico dos Estudos Técnicos Preliminares, apêndice deste Termo de Referência, mas busca alcançar o objetivo de dar conhecimento à sociedade, de forma clara e transparente, das ações governamentais praticadas

²Prazo e Prorrogação de Serviço Continuado”, Revista Diálogo Jurídico, Salvador (BA), 14, jun./ago., 2002, p. 2.

³Tribunal de Contas da União, 3ª ed., p. 336 e 337 – disponível em http://portal2.tcu.gov.br/portal/page/portalTCU/comunidades/licitacoes_contratos.





ESTADO DE MATO GROSSO
**PREFEITURA MUNICIPAL DE CÁCERES SECRETARIA MUNICIPAL E ESPECIAL DE
ASSUNTOS ESTRATÉGICOS**

no Município de Cáceres-MT, no que se refere à administração do patrimônio público e da implementação, acompanhamento e resultados dos programas, projetos e ações dos órgãos e entidades públicas municipais, bem como das metas e indicativos propostos.

**4. O objeto da contratação está previsto no Plano de Contratações Anual
<ANO>, conforme detalhamento a seguir:**

- I) ID PCA no PNCP: 03214145000183-0-000001/2024
- II) Data de publicação no PNCP: 10/04/2024
- III) Id do item no PCA: 166
- IV) Classe/Grupo: Serviço

5. REQUISITOS DA CONTRATAÇÃO – CONDIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO

5.1. Os requisitos da contratação abrangem o seguinte:

5.1.1. A Contratante deverá comunicar à Contratada as possíveis irregularidades detectadas na execução dos serviços ora contratados.

5.1.2. Somente poderão participar deste procedimento licitatório as empresas legalmente constituídas no Brasil que atenderem a todas as condições de habilitação estabelecidas neste Edital e que estiverem operando nos termos da Lei Federal n.º 4.680, de 18.06.65 e do Decreto Federal n.º 57.690, de 01.02.66.

5.1.3. A participação, tacitamente, para a licitante, na confirmação de que recebeu do Setor de Comunicação da prefeitura o Envelope n.º A – VIA NÃO IDENTIFICADA;

5.1.4. A aceitação plena e irrevogável de todos os termos, cláusulas e condições constantes deste Edital e seus Anexos;

5.1.5. A observância dos preceitos legais e regulamentares em vigor e a responsabilidade pela fidelidade e legitimidade das informações e dos documentos apresentados em qualquer fase do processo.

5.1.6. Não poderão participar desta Licitação as empresas que:

5.1.7. Sejam estrangeiras, sem sede no País.

5.1.8. Reunidas em forma de consórcio.

5.1.9. Que estiverem sob decretação de falência, concordata, dissolução ou liquidação;

5.1.10. Tenham tido suspenso o direito de participar de licitações e contratações com a Administração Pública.

Av. Brasil, nº 119 - Centro Operacional de Cáceres – COC, Bairro: Jardim Celeste – CEP 78.200-000 Cáceres – MT, Brasil PABX: (065) 3223-1500 / FAX 3223-4044 - www.caceres.mt.gov.br





ESTADO DE MATO GROSSO
**PREFEITURA MUNICIPAL DE CÁCERES SECRETARIA MUNICIPAL E ESPECIAL DE
ASSUNTOS ESTRATÉGICOS**

5.1.11. Tenham sido declaradas inidôneas por qualquer órgão ou entidade da Administração Pública;

5.1.12. Possuir entre seus sócios, proprietários ou assemelhados, dirigentes, empregados, ou fornecedores da Prefeitura Municipal de Cáceres-MT;





ESTADO DE MATO GROSSO
**PREFEITURA MUNICIPAL DE CÁCERES SECRETARIA MUNICIPAL E ESPECIAL DE
ASSUNTOS ESTRATÉGICOS**

5.1.13. Contiver no seu contrato social finalidade ou objetivo incompatível com o objeto desta Licitação;

5.1.14. Nenhuma licitante poderá participar desta CONCORRÊNCIA sem estar certificada pelo Conselho Executivo das Normas-Padrão – CENP.

5.1.15. Não será permitida a subcontratação do objeto desta Licitação, bem como dar em garantia ou vincular, de qualquer forma, total ou parcialmente, o objeto contratado, a qualquer pessoa física ou jurídica, sem a prévia e expressa autorização da Prefeitura Municipal de Cáceres-MT.

5.1.16. Os documentos apresentados sob a forma de cópia reprográfica deverão ser devidamente autenticados por Cartório competente, por publicação em órgão da Imprensa Oficial ou por membro da Comissão Permanente de Contratação.

5.1.17. Não serão aceitos pela Comissão quaisquer substituições dos documentos exigidos, por outros sob o título de “protocolo”.

5.1.18. Todos os documentos serão grafados em língua portuguesa. No caso de origem estrangeira, deverão vir acompanhados de tradução juramentada.

5.1.19. Não serão considerados quaisquer documentos e propostas entregues em local, horário e forma diferentes, bem como encaminhados por Fac-Símile ou Internet.

6. VALIDADE DAS PROPOSTAS

6.1. O prazo de validade das propostas será de, no mínimo, 60 (sessenta) dias contados da data da sessão pública estipulada para entrega dos envelopes à Comissão Permanente de Contratação.

7. DA PARTICIPAÇÃO DE MICRO EMPRESA E EMPRESA DE PEQUENO PORTE

7.1. Nos termos dos artigos 42 a 49 da Lei Complementar nº 123, de 14/12/2006 e legislação complementar, especialmente os Decretos nº.s 6.204/2007 e 8.538/2015, as microempresas e empresas de pequeno porte deverão apresentar toda a documentação exigida para efeito de comprovação de regularidade fiscal, mesmo que apresente alguma restrição. Se a participante do certame for empresa de pequeno porte ou microempresa, devidamente comprovada, a documentação de regularidade fiscal poderá ser apresentada após ser declarada a vencedora, ou seja, para a homologação e posterior elaboração de contrato, conforme estabelece a legislação acima mencionada;





ESTADO DE MATO GROSSO
**PREFEITURA MUNICIPAL DE CÁCERES SECRETARIA MUNICIPAL E ESPECIAL DE
ASSUNTOS ESTRATÉGICOS**

7.2. Havendo alguma restrição na comprovação da regularidade fiscal, será assegurado o prazo de 05 (cinco) dias úteis, cujo termo inicial corresponderá ao momento em que o proponente for declarado o vencedor do certame, prorrogáveis por igual período, a critério da Prefeitura Municipal de Cáceres-MT, para a regularização da documentação, pagamento ou parcelamento do débito, e emissão de eventuais certidões negativas ou positivas, com efeito de certidão negativa. Eventual interposição de recurso contra a decisão que declara o vencedor do certame não suspenderá o prazo supracitado;

7.3. A não regularização da documentação, no subitem 6.2. Implicará decadência do direito à contratação, sem prejuízo das sanções previstas no art. 90 da Lei nº 14.133/2021, sendo facultado à Prefeitura Municipal de Cáceres-MT convocar para nova sessão pública os licitantes remanescentes, na ordem de classificação, para contratação, ou revogar a licitação;

7.4. Será assegurada como critério de desempate, preferência de contratação para as microempresas e empresas de pequeno porte;

7.5. Entende-se por empate aquelas situações em que as propostas apresentadas pelas microempresas e empresas de pequeno porte sejam iguais ou até 10% (dez por cento) superiores à proposta mais bem classificada e desde que a melhor oferta inicial não tenha sido apresentada por uma microempresa ou empresa de pequeno porte, de acordo com a Lei Complementar nº 123/2006 e legislação complementar;

7.6. Para efeito do disposto no art. 44 da Lei Complementar acima mencionada, ocorrendo o empate, proceder-se-á da seguinte forma:

- a) microempresa ou empresa de pequeno porte mais bem classificada poderá apresentar proposta de preço inferior àquela considerada vencedora do certame, situação em que será adjudicado em seu favor o objeto licitado;
- b) não ocorrendo a contratação da microempresa ou empresa de pequeno porte, na forma do inciso I do caput do artigo 44, da Lei Complementar nº 123/2006, serão convocadas as remanescentes que porventura se enquadrem na hipótese dos §§ 1º e 2º do art. 44, na ordem classificatória, para o exercício do mesmo direito;
- c) no caso de equivalência dos valores apresentados pelas microempresas e empresas de pequeno porte que se encontrem nos intervalos estabelecidos nos §§ 1º e 2º do art. 44 da Lei Complementar nº 123/2006, será realizado sorteio entre elas para que se identifique aquela que primeiro poderá apresentar melhor oferta;





ESTADO DE MATO GROSSO
**PREFEITURA MUNICIPAL DE CÁCERES SECRETARIA MUNICIPAL E ESPECIAL DE
ASSUNTOS ESTRATÉGICOS**

d) na hipótese da não-contratação, nos termos previstos no caput do artigo 44 da Lei Complementar nº 123/2006, o objeto licitado será adjudicado em favor da proposta originalmente vencedora do certame.

7.7. A microempresa ou empresa de pequeno porte que usufruir dos benefícios de que trata a Lei Complementar nº 123/2006 deverá apresentar, na forma da lei, juntamente com os documentos de habilitação, a declaração de que não se encontra em nenhuma das situações do § 4º do art. 3º do dispositivo supracitado.

7.8. DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA DE AVALIAÇÃO

6.8. A Comissão Especial de Licitação, na forma do art. 10 do Decreto nº 6.555/2008, processará e julgará, por com exceção da análise e julgamento das Propostas Técnicas, que serão analisadas e julgadas por “Subcomissão Técnica”, constituída por, pelo menos, 3 (três) membros que sejam formados em comunicação, publicidade ou marketing ou que atuem em uma dessas áreas.

6.9. A escolha dos membros da “Subcomissão Técnica” dar-se-á por sorteio, em sessão pública, entre os nomes de uma relação que terá, no mínimo, o dobro do número de integrantes da subcomissão (art. 10, § 3.º, da Lei Federal n.º 12.232, de 29 de abril de 2010), previamente cadastrados, e será composta por, pelo menos, 1/3 (um terço) de profissionais que não mantenham nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com a Prefeitura Municipal de Cáceres-MT.

6.10. A relação dos nomes referidos nos subitens 8.1. e 8.2. Deste Edital, será publicada na Imprensa Oficial, em prazo não inferior a 10 (dez) dias da data em que será realizada a sessão pública marcada para o sorteio.

6.11. Qualquer interessado poderá impugnar pessoa integrante da relação a que se refere o subitem 8.3. Deste Edital, mediante fundamentos jurídicos plausíveis, até 48 (quarenta e oito) horas antes da sessão pública destinada ao sorteio.

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





ESTADO DE MATO GROSSO
**PREFEITURA MUNICIPAL DE CÁCERES SECRETARIA MUNICIPAL E ESPECIAL DE
ASSUNTOS ESTRATÉGICOS**

6.13. A abstenção do impugnado ou o acolhimento da impugnação, mediante decisão fundamentada da autoridade competente, implicará, na elaboração e a publicação de nova lista, sem o nome impugnado.

6.14. A sessão pública do sorteio será realizada após a decisão motivada da impugnação, em data previamente designada.

6.15. O sorteio será processado de modo a garantir o preenchimento das vagas da “Subcomissão Técnica”, de acordo com a proporcionalidade do número de membros que mantenham ou não vínculo com a Prefeitura Municipal de Cáceres-MT.

6.16. Após a sessão do sorteio, os membros sorteados da “Subcomissão Técnica” serão nomeados por ato do Prefeito Municipal de Cáceres, a ser publicado no órgão oficial de divulgação, qual seja, o Diário Oficial Eletrônico dos Municípios de Mato Grosso-AMM.

8. MODELO DE EXECUÇÃO DO OBJETO

8.1. Condições de execução

8.1.1. A execução do objeto seguirá a seguinte dinâmica a ser repassada pela Equipe de comunicação da Prefeitura de Cáceres – MT, de acordo com a necessidade.

8.1.1.1. Início da execução do objeto: da emissão da ordem de serviço;

8.1.1.2. Descrição detalhada dos métodos, rotinas, etapas, tecnologias procedimentos, frequência e periodicidade de execução do trabalho.

8.1.1.3. Os serviços serão requisitados conforme a competente ordem de serviço expedida pela CONTRATANTE.

8.1.1.4. A CONTRATADA deverá realizar os serviços após a solicitação das unidades solicitante em até 12 horas.

8.1.1.5. A fiscalização e aceitação do objeto serão do órgão responsável pelos atos de controle e administração do contrato decorrente do processo de licitação, no caso, das Secretarias solicitantes, através de servidores da Unidade Administrativa em questão, mediante Portaria. Sendo que os serviços serão recebidos depois de conferidas as especificações e quantidades dos mesmos;

8.1.1.6. Só serão aceitos os fornecimentos dos serviços que estiverem de acordo com as especificações e quantitativos exigidos, estando sua aceitação condicionada à devida fiscalização dos agentes competentes. Não serão aceitos serviços cujas condições de não sejam satisfatórias para administração;

8.1.1.7. O recebimento se efetivará nos seguintes termos:

Av. Brasil, nº 119 - Centro Operacional de Cáceres – COC, Bairro: Jardim Celeste – CEP 78.200-000 Cáceres – MT, Brasil PABX: (065) 3223-1500 / FAX 3223-4044 - www.caceres.mt.gov.br

Assinado por 2 pessoas: LEILIANE MUNIZ FONSECA e CLAUDIO HENRIQUE DONATONI
Para verificar a validade das assinaturas, acesse <https://caceres.1doc.com.br/verificacao/3A48-B91A-73F4-3C43> e informe o código 3A48-B91A-73F4-3C43





ESTADO DE MATO GROSSO
**PREFEITURA MUNICIPAL DE CÁCERES SECRETARIA MUNICIPAL E ESPECIAL DE
ASSUNTOS ESTRATÉGICOS**

8.1.1.8. Provisoriamente, para efeito de posterior verificação da conformidade dos serviços com a especificação.

9. MODELO DE GESTÃO DO CONTRATO

9.1. O contrato deverá ser executado fielmente pelas partes, de acordo com as cláusulas avençadas e as normas da Lei nº 14.133, de 2021, e cada parte responderá pelas consequências de sua inexecução total ou parcial.

9.2. Em caso de impedimento, ordem de paralisação ou suspensão do contrato, o cronograma de execução será prorrogado automaticamente pelo tempo correspondente, anotadas tais circunstâncias mediante simples apostila.

9.3. As comunicações entre o órgão ou entidade e a contratada devem ser realizadas por escrito sempre que o ato exigir tal formalidade, admitindo-se o uso de mensagem eletrônica para esse fim.

9.4. O órgão ou entidade poderá convocar representante da empresa para adoção de providências que devam ser cumpridas de imediato.

9.5. Após a assinatura do contrato ou instrumento equivalente, o órgão ou entidade poderá convocar o representante da empresa contratada para reunião inicial para apresentação do plano de fiscalização, que conterà informações acerca das obrigações contratuais, dos mecanismos de fiscalização, das estratégias para execução do objeto, do plano complementar de execução da contratada, quando houver, do método de aferição dos resultados e das sanções aplicáveis, dentre outros.

9.6. A execução do contrato deverá ser acompanhada e fiscalizada pelo(s) fiscal(is) do contrato, ou pelos respectivos substitutos.

9.7. O fiscal técnico 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.

9.7.1. O fiscal técnico 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.





ESTADO DE MATO GROSSO
**PREFEITURA MUNICIPAL DE CÁCERES SECRETARIA MUNICIPAL E ESPECIAL DE
ASSUNTOS ESTRATÉGICOS**

9.7.2. Identificada qualquer inexatidão ou irregularidade, o fiscal técnico do contrato emitirá notificações para a correção da execução do contrato, determinando prazo para a correção.

9.7.3. O fiscal técnico do contrato informará ao gestor do contrato, em tempo hábil, a situação que demandar decisão ou adoção de medidas que ultrapassem sua competência, para que adote as medidas necessárias e saneadoras, se for o caso.

9.7.4. No caso de ocorrências que possam inviabilizar a execução do contrato nas datas aprazadas, o fiscal técnico do contrato comunicará o fato imediatamente ao gestor do contrato.

9.7.5. O fiscal técnico do contrato comunicará ao gestor do contrato, em tempo hábil, o término do contrato sob sua responsabilidade, com vistas à tempestiva renovação ou à prorrogação contratual.

9.7.6. O gestor do contrato acompanhará os registros realizados pelos fiscais do contrato, de todas as ocorrências relacionadas à execução do contrato e as medidas adotadas, informando, se for o caso, à autoridade superior àquelas que ultrapassem a sua competência.

9.8. O fiscal administrativo 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.

9.8.1. Caso ocorram 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.

9.9. O gestor do contrato coordenará a atualização do processo de acompanhamento e fiscalização do contrato contendo todos os registros formais da execução no histórico de gerenciamento do contrato, a exemplo da ordem de serviço, do registro de ocorrências, das alterações e das prorrogações contratuais, elaborando relatório com vistas à verificação da necessidade de adequações do contrato para fins de atendimento da finalidade da administração.

9.9.1. O gestor do contrato acompanhará a manutenção das condições de habilitação da contratada, para fins de empenho de despesa e pagamento, e anotará os problemas que obstem o fluxo normal da liquidação e do pagamento da despesa no relatório de riscos eventuais.

9.9.2. O gestor do contrato emitirá documento comprobatório da avaliação realizada pelos fiscais técnico, administrativo e setorial quanto ao cumprimento de obrigações assumidas pelo contratado, com menção ao seu desempenho na execução contratual, baseado nos indicadores





ESTADO DE MATO GROSSO
**PREFEITURA MUNICIPAL DE CÁCERES SECRETARIA MUNICIPAL E ESPECIAL DE
ASSUNTOS ESTRATÉGICOS**

objetivamente definidos e aferidos, e a eventuais penalidades aplicadas, devendo constar do cadastro de atesto de cumprimento de obrigações.

9.9.3. O gestor do contrato tomará providências para a formalização de processo administrativo de responsabilização para fins de aplicação de sanções, a ser conduzido pela comissão de que trata o [art. 158 da Lei nº 14.133, de 2021](#), ou pelo agente ou pelo setor com competência para tal, conforme o caso.

9.10. O fiscal administrativo do contrato comunicará ao gestor do contrato, em tempo hábil, o término do contrato sob sua responsabilidade, com vistas à tempestiva renovação ou prorrogação contratual.

9.11. O gestor do contrato deverá elaborar relatório final com informações sobre a consecução dos objetivos que tenham justificado a contratação e eventuais condutas a serem adotadas para o aprimoramento das atividades da Administração.

9.12. O gestor do contrato deverá enviar a documentação pertinente ao setor de contratos para a formalização dos procedimentos de liquidação e pagamento, no valor dimensionado pela fiscalização e gestão nos termos do contrato.

9.13. O contratado deverá manter preposto aceito pela Administração no local do serviço para representá-lo na execução do contrato.

9.13.1. A indicação ou a manutenção do preposto da empresa poderá ser recusada pelo órgão ou entidade, desde que devidamente justificada, devendo a empresa designar outro para o exercício da atividade.

9.14. Indicadores de desempenho da aquisição

9.14.1. Relatório de publicação: A cada 30 (trinta) dias deverá ser apresentado um relatório contendo todas as publicações realizadas neste período. Caso o relatório apresente alguma inconsistência, será solicitado novo relatório.

9.14.2. Aferição do Fiscal: A aferição da quantidade e da qualidade será realizada pelo Fiscal, que ratificará ou solicitará a elaboração de novo relatório de publicações. Apresentada a nota fiscal juntamente com toda a documentação que a deve acompanhar, deverá o fiscal atestar a regular realização dos serviços ali especificados. Serão observados os prazos contidos no Termo de Referência, parte integrante do Contrato.





ESTADO DE MATO GROSSO
**PREFEITURA MUNICIPAL DE CÁCERES SECRETARIA MUNICIPAL E ESPECIAL DE
ASSUNTOS ESTRATÉGICOS**

9.14.3. Identificação de Irregularidades: Havendo necessidade de complementação dos documentos, de retificação da nota fiscal ou de regularização de algum dos documentos que a devem acompanhar, o fiscal notificará a Contratada para que o faça no período de até 5 (cinco) dias úteis;

9.14.4. Avaliação da qualidade dos serviços: A avaliação mensal dos serviços será realizada por meio da verificação da prestação dos serviços, conforme descrito no Termo de Referência e no Contrato, avaliando o prazo da publicação e qualidade da digitalização e impressão.

10. DOS PROCEDIMENTOS LICITATÓRIOS

10.1. Serão realizadas 4 (quatro) sessões públicas, observados os procedimentos previstos no Edital e na legislação, das quais serão lavradas atas circunstanciadas dos atos e fatos dignos de registro, assinadas pelos membros da Comissão Especial de Licitações e pelos representantes das licitantes presentes.

10.2. O detalhamento de cada uma das sessões merecerá destaque especial no Edital norteador do presente procedimento.

10.3. A participação de representante de qualquer licitante dar-se-á mediante a prévia entrega de documento hábil, conforme previsto em Edital.

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

10.5. A Comissão Especial de Licitação e a Subcomissão Técnica, conforme o caso, poderão, no interesse da Prefeitura Municipal de Cáceres-MT, relevar omissões puramente formais nas Propostas e nos Documentos de Habilitação apresentados pelas licitantes, desde que não comprometam a lisura, a legalidade e o caráter competitivo desta Contratação.

10.6. Os integrantes da Subcomissão Técnica não poderão participar das sessões de recebimento e abertura dos Envelopes com as Propostas Técnica e de Preço.

10.7. O julgamento das Propostas Técnica e de Preço e o julgamento final deste certame serão efetuados exclusivamente com base nos critérios especificados no Edital.





ESTADO DE MATO GROSSO
**PREFEITURA MUNICIPAL DE CÁCERES SECRETARIA MUNICIPAL E ESPECIAL DE
ASSUNTOS ESTRATÉGICOS**

10.8. Antes do aviso oficial do resultado desta Contratação, não serão fornecidas, a quem quer que seja, quaisquer informações referentes à adjudicação dos contratos ou à análise, avaliação ou comparação entre as Propostas.

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

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

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

11. DA ENTREGA DAS PROPOSTAS

11.1. A Proposta Técnica, a Proposta de Preço e os documentos de Habilitação deverão ser apresentados à Comissão Especial de Licitações em envelopes distintos e separados, na forma a seguir discriminada. O detalhamento dos documentos a serem ofertados estará perfeitamente delineado no Edital norteador do presente procedimento.

11.2. Envelope “A” – Previamente fornecido pela Prefeitura Municipal de Cáceres-MT, deverá conter Proposta Técnica: Plano de Comunicação Publicitária, em Via Não Identificada (Raciocínio Básico – para campanha externa e interna, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa, e Estratégia de Mídia e Não Mídia).

11.3. Envelope “B” – Deverá conter Proposta Técnica: Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada (Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária e Estratégia de Mídia e Não Mídia), em vias e Envelope devidamente identificados.





ESTADO DE MATO GROSSO
**PREFEITURA MUNICIPAL DE CÁCERES SECRETARIA MUNICIPAL E ESPECIAL DE
ASSUNTOS ESTRATÉGICOS**

11.4. Envelope “C” – Deverá conter Proposta Técnica: Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, em vias assinadas e identificadas e Envelope identificado.

11.5. Envelope “D” – Deverá conter Proposta de Preços, em Envelope identificado com Nome empresarial e CNPJ da licitante.

11.6. Envelope “E” – Deverá conter os Documentos de Habilitação, devidamente identificados e assinados, em Envelope identificado com nome empresarial e CNPJ da licitante.

12. DOS CONTEÚDOS DA PROPOSTA TÉCNICA

12.1. A Proposta Técnica deverá ser apresentada em envelopes com os títulos **ENVELOPES “A”, “B” e “C”**, na forma prevista no Edital disciplinador do certame, e deverá atender aos seguintes requisitos.

12.2. ENVELOPE “A” - Plano de Comunicação Não Identificado:

12.2.1. Para efeito de avaliação a LICITANTE deverá apresentar uma campanha simulada de acordo com o Briefing, descrito em Anexo do Edital, com recursos financeiros de **R\$ 50.000,00 (cinquenta mil reais) e duração de 30 (trinta) dias.**

12.2.2. O “Plano de Comunicação Não Identificado” deverá ser apresentado em ENVELOPE que NÃO IDENTIFIQUE A LICITANTE, na forma do Edital, ter suas páginas numeradas sequencialmente e ser redigido em língua portuguesa, utilizando fonte Times New Roman tamanho 12 (doze), salvo quanto às expressões técnicas de uso corrente, com clareza, sem emendas ou rasuras. As peças que integram o “Plano de Comunicação Não Identificado” deverão estar acondicionadas em embalagens adequadas às características do ENVELOPE “A”, desde que invioláveis quanto às informações de que tratam, até a abertura do correspondente envelope.

12.2.3. O “Plano de Comunicação Não Identificado” desenvolvido pela LICITANTE com base no Briefing descrito em ANEXO do Edital deverá compreender os seguintes quesitos:





ESTADO DE MATO GROSSO
PREFEITURA MUNICIPAL DE CÁCERES SECRETARIA MUNICIPAL E ESPECIAL DE
ASSUNTOS ESTRATÉGICOS

12.2.4. Raciocínio Básico: Texto em até 02 (duas) laudas, em que a LICITANTE demonstrará seu entendimento sobre o município de Cáceres-MT, suas linhas de atuação e suas necessidades de comunicação;

12.2.5. Estratégia de Comunicação Publicitária: Texto em até 02 (duas) laudas, em que a LICITANTE apresentará o conceito e o partido temático que, de acordo com o seu raciocínio básico, devem fundamentar a proposta de solução do problema específico de comunicação e defenderá essa opção, examinando e descartando conceitos alternativos;

12.2.6. Ideia criativa: Texto em que a LICITANTE limitar-se-á a apresentar a síntese da estratégia de comunicação publicitária, expressa sob a forma de uma redução de mensagem, que pode ou não assumir a forma de um slogan passível de ser utilizado em ações de comunicação da Prefeitura Municipal de Cáceres-MT;

12.2.7. Como parte do quesito Ideia Criativa, a LICITANTE apresentará campanha publicitária com exemplos de 06 (seis) peças que corporifiquem objetivamente a proposta de solução do problema específico de comunicação e demonstrem sua harmonia com a redução de mensagem de que trata a alínea anterior. Os exemplos de peças podem ser apresentados sob a forma de roteiro, layout, story-board impresso, ou “monstro” de peça de internet, ou “monstro” de peça de rádio, limitados a uma peça para cada meio - convencional ou não convencional, de veiculação tradicional, proposto pela LICITANTE;

12.2.8. As peças da Ideia Criativa, constantes do envelope A, deverão ser impressas em formato a critério da agência e obrigatoriamente afixadas sobre pranchas avulsas de papel cartão na cor preta, verso em papel Kraft, entre 200 a 500 gr/mm³, sem encadernação, sem capa ou película protetora, em tamanho e formato que permitam sua anexação ao envelope sem danificação, rasura ou alteração do mesmo ou das próprias peças.

Qualquer peça de mídia eletrônica deverá ser gravada em unidade de disco rígido, (PEN-DRIVE, HD, SSD e HDD) .





ESTADO DE MATO GROSSO
PREFEITURA MUNICIPAL DE CÁCERES SECRETARIA MUNICIPAL E ESPECIAL DE
ASSUNTOS ESTRATÉGICOS

PROPOSTA TÉCNICA
IDEIA CRIATIVA
MÍDIA ELETRÔNICA
CONCORRÊNCIA Nº XX/201X
PREFEITURA MUNICIPAL-CÁCERES-
MT

12.2.9. O mesmo texto deverá ser impresso em etiqueta branca, redonda com orifício central afixada sobre a unidade de disco rígido, (PEN-DRIVE, HD, SSD e HDD)

12.2.10. Os arquivos gravados unidade de disco rígido, (PEN-DRIVE, HD, SSD e HDD) deverão ser nominados conforme a peça que representam. Ex: “*monstro rádio.mp3.*” Arquivos de áudio devem ser gravados no formato MP3.

12.2.11. Estratégia de Mídia e Não Mídia - De acordo com as informações do briefing e com a verba colocada como referencial para a campanha, a licitante deverá ofertar estratégia consistente em:

12.2.11.1. Texto com até 03 (três) laudas escritas (sem contar as artes) em que, de acordo com as informações do Briefing, demonstrará capacidade para atingir os públicos prioritários da campanha - permitida a inclusão de tabelas, que não serão computadas no total de laudas mencionado no Plano de Comunicação;

12.2.11.2. Simulação de plano de distribuição das peças da campanha publicitária mencionadas no subitem 13.2.8., do quesito Ideia Criativa, acompanhada de texto de até 02 (duas) laudas com a explicitação das propostas adotadas, valores de produção e de veiculação, mais as suas justificativas;

12.2.11.3. A utilização dos recursos mediante apresentação da distribuição percentual da verba disponível, nas rubricas de estudo e pesquisa, produção e veiculação, justificando a aplicação;

12.2.11.4. Tabelas de simulação de plano de distribuição das peças serão consideradas como anexo único, formatados com bordas na cor preta, fio 1pt; fonte Arial e suas variações de formatação, corpo 7 a 9, na cor preta; preenchimento de células nas cores brancas e/ou graduações de preto e cinza; sem adição de recursos visuais e gráficos de qualquer natureza;

Av. Brasil, nº 119 - Centro Operacional de Cáceres – COC, Bairro: Jardim Celeste – CEP 78.200-000 Cáceres – MT, Brasil PABX: (065) 3223-1500 / FAX 3223-4044 - www.caceres.mt.gov.br

Assinado por 2 pessoas: LEILIANE MUNIZ FONSECA e CLAUDIO HENRIQUE DONATONI
Para verificar a validade das assinaturas, acesse <https://caceres.1doc.com.br/verificacao/3A48-B91A-73F4-3C43> e informe o código 3A48-B91A-73F4-3C43





ESTADO DE MATO GROSSO
**PREFEITURA MUNICIPAL DE CÁCERES SECRETARIA MUNICIPAL E ESPECIAL DE
ASSUNTOS ESTRATÉGICOS**

12.2.11.5. A licitante, quando da elaboração da simulação do plano de mídia e nos custos de produção, de que trata o quesito Ideia Criativa, deverá utilizar, obrigatoriamente, como base para a proposta técnica, os valores dos custos de criação, produção e veiculação das respectivas tabelas (valor cheio), sem considerar os percentuais que serão ofertados nas respectivas propostas de preço.

12.3. ENVELOPE “B” - Plano de Comunicação Identificado:

12.3.1. O ENVELOPE “B” deverá ser apresentado conforme o Edital, com data e assinatura na última página e rubrica nas demais, contendo os mesmos requisitos acima, relativos ao ENVELOPE “A”, de igual teor e forma, MAS SEM A IDEIA CRIATIVA.

ENVELOPE “C” - Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação:

12.3.2. A Capacidade de Atendimento, o Repertório e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação deverão ser apresentados na forma do Edital, ter suas páginas numeradas sequencialmente e ser redigida em língua portuguesa, salvo quanto a expressões técnicas de uso corrente, com clareza, sem emendas ou rasuras.

12.3.3. A Capacidade de Atendimento será feita mediante a apresentação dos seguintes itens:

12.3.4. Relação de clientes regulares, de âmbito nacional, estadual e/ou local, com indicação da data, do período do atendimento, bem como os respectivos ramos de atividades, produtos e serviços a cargo da Agência;

12.3.5. A quantificação e a qualificação, sob a forma de currículo resumido (no mínimo, nome, formação e experiência), dos profissionais que serão colocados à disposição da execução do contrato, discriminando-se as áreas de estudo e planejamento, criação, produção de rádio e TV, produção gráfica, mídia e atendimento. No caso de mais de um escritório, relacioná-los, descrevendo as suas estruturas;

12.3.6. As instalações, a infraestrutura e os recursos materiais disponíveis para a execução do contrato;





ESTADO DE MATO GROSSO
**PREFEITURA MUNICIPAL DE CÁCERES SECRETARIA MUNICIPAL E ESPECIAL DE
ASSUNTOS ESTRATÉGICOS**

12.3.7. A 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 peça avulsa ou de campanha e na elaboração de plano de mídia;

12.3.8. Apresentação de uma ou mais declarações, expedidas por pessoas jurídicas de direito público ou empresas privadas, que atestem a qualidade técnico-operacional dos serviços similares aos do objeto desta Contratação - prestados à declarante pela LICITANTE;

12.3.9. Declaração de possibilidade operacional na cidade de Cáceres-MT, subscrita por representante legalmente habilitado da LICITANTE.

12.3.10. Repertório: apresentação de um conjunto de trabalhos, concebidos e veiculados/expostos pela LICITANTE, que indique o desempenho da proponente na prestação de serviços publicitários a outros clientes, tanto no setor público quanto do setor privado, acompanhado de reprodução de peças, em número máximo de 03 (três) filmes de TV unidade de disco rígido, (PEN-DRIVE, HD,SSD e HDD), 03 (três) spots de rádio unidade de disco rígido, (PEN-DRIVE, HD,SSD e HDD), 03 (três) anúncios de jornal, 03 (três) anúncios de revista, 03 (três) peças de internet e até 03 (três) peças de mídia externa, com as respectivas fichas técnicas, nas quais se incluirá indicação sucinta do problema que a peça se propôs a resolver:

12.3.11. Poderão ser apresentadas até 03 (cinco) peças, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica de cada uma delas, todas veiculadas ou expostas;

12.3.12. Cada peça deverá conter ficha técnica com a identificação da LICITANTE, título, data de produção, período de veiculação e menção do veículo que a divulgou;

12.3.13. Os vídeo, os spots e/ou jingles, as peças de internet, admitindo-se, em qualquer situação, fornecimento de unidade de disco rígido, (PEN-DRIVE, HD,SSD e HDD), sendo as peças gráficas em proporções reduzidas que preservem suas dimensões originais e sua leitura;

12.3.14. As peças apresentadas NÃO podem referir-se a trabalhos solicitados e/ou aprovados pela PREFEITURA MUNICIPAL DE CÁCERES-MT.

12.3.15. Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação: deverão ser apresentados até 03 (três) Cases Stories veiculados ou expostos, com o visto/carimbo do cliente, relatando, em, no máximo, 02 (duas) laudas cada, sob forma de texto descritivo, problemas enfrentados, as soluções





ESTADO DE MATO GROSSO
**PREFEITURA MUNICIPAL DE CÁCERES SECRETARIA MUNICIPAL E ESPECIAL DE
ASSUNTOS ESTRATÉGICOS**

encontradas e os resultados alcançados. Os cases deverão ser formalmente referendados pelos respectivos anunciantes, por meio de assinatura e carimbo do cliente, permitida a inclusão de até 05 (cinco) peças de qualquer tipo para cada relato. Os relatos apresentados NÃO poderão referir-se a soluções de problemas da PREFEITURA MUNICIPAL.

12.3.16. As peças devem ser acondicionadas em embalagem adequada às suas características, desde que invioláveis quanto às informações de que tratam, até a abertura do correspondente Envelope.

12.3.17. A critério da PREFEITURA MUNICIPAL, as campanhas publicitárias das propostas vencedoras poderão ou não vir a ser produzidas e veiculadas, com ou sem modificações, na vigência do contrato.

12.3.18. Tanto para o quesito Repertório quanto para o quesito Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação somente serão aceitas como válidas peças e campanhas de comunicação desenvolvidas e veiculadas de 2014 até a data da entrega dos envelopes "A", "B", "C" e "D", constante do preâmbulo do edital.

12.3.19. É proibido constar do envelope C, reservado ao Conjunto de Informações do Proponente, assim como dos documentos nele contidos, qualquer informação, marca, sinal, etiqueta ou outro elemento que se refira à Proposta Técnica e que desta maneira identifique a autoria da mesma, sendo passível de desclassificação.

12.3.20. Não serão aceitos trabalhos que configurem apresentação de materiais especulativos, condenados pela Legislação da Propaganda, nem mesmo a título de exemplo ou sugestão.

13. ELABORAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇOS

13.1. A Proposta de Preços – inserida no ENVELOPE “D”, deverá ser apresentada na forma do Anexo “**PLANILHA DA PROPOSTA DE PREÇO**” do Edital, redigida e preenchida com clareza, sem emendas, rasuras ou entrelinhas e rubricada em todas as páginas, datadas e assinadas no final pelo representante legal da LICITANTE.

13.2. O ENVELOPE “D” contendo a Proposta de Preços deverá conter:

Av. Brasil, nº 119 - Centro Operacional de Cáceres – COC, Bairro: Jardim Celeste – CEP 78.200-000 Cáceres – MT, Brasil PABX: (065) 3223-1500 / FAX 3223-4044 - www.caceres.mt.gov.br





ESTADO DE MATO GROSSO
**PREFEITURA MUNICIPAL DE CÁCERES SECRETARIA MUNICIPAL E ESPECIAL DE
ASSUNTOS ESTRATÉGICOS**

12.2.1. A proposta de remuneração pelos serviços prestados:

12.2.1.1. Pela taxa de 15% (quinze por cento) sobre os custos de produção realizada por terceiros ou custo efetivo dos serviços e suprimentos contratados;

12.2.1.2. Pela taxa de 10% (dez por cento) sobre os custos de produção realizada por terceiros, sobre o custo efetivo dos serviços e suprimentos contratados, quando a responsabilidade da AGÊNCIA se limita à contratação ou pagamento do serviço ou suprimento;

12.2.1.3. Pelos valores constantes da Tabela de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Mato Grosso - SINAPRO-MT relativamente aos serviços prestados internamente na AGÊNCIA.

12.2.2. A política de negociação:

12.2.2.1. De preços e de condições de pagamento junto aos fornecedores e veículos, especialmente em relação a descontos;

12.2.2.2. De preços a serem pagos pela LICITANTE a atores ou modelos na reutilização de peças por novos períodos iguais ao inicialmente pactuados;

12.2.2.3. De preços a serem pagos pela LICITANTE a autores de obras artísticas preexistentes, aproveitadas em peças publicitárias, na reutilização dessas peças por novos períodos iguais ao inicialmente pactuado.

12.2.2.4. O critério de concessão de desconto sobre a remuneração da(s) AGÊNCIA(s) decorrente de trabalhos de produção/suprimentos externos (levando-se em consideração o eventual volume expressivo da verba publicitária, permitindo-se o pagamento do percentual de 5% (cinco por cento) a 15% (quinze por cento) sobre o valor do custo de produção/suprimento externo).

12.2.2.5. O critério de concessão de desconto sobre a remuneração da(s) AGÊNCIA(s) decorrente de trabalhos de produção/suprimentos externos, nos casos em que a responsabilidade da(s) AGÊNCIA(s) limitar-se à contratação do serviço ou suprimento (levando-se em consideração o eventual volume expressivo da verba publicitária, permitindo-se o pagamento do percentual de 5% (cinco por cento) a 10% (dez por cento) sobre o valor do custo de produção/suprimento externo).





ESTADO DE MATO GROSSO
**PREFEITURA MUNICIPAL DE CÁCERES SECRETARIA MUNICIPAL E ESPECIAL DE
ASSUNTOS ESTRATÉGICOS**

12.2.2.6. O critério de apropriação e repasse de custos internos da contratada para a PREFEITURA MUNICIPAL em percentual não superior a 90% (noventa por cento) dos preços constantes da Tabela de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Mato Grosso - SINAPRO-MT.

Declaração de que não será repassado à PREFEITURA MUNICIPAL o pagamento de tributos e outros encargos.

12.3. Declaração de que os prazos de pagamento dos serviços de produção, da própria AGÊNCIA, dos fornecedores e dos veículos, pela PREFEITURA MUNICIPAL, não serão inferiores a 30 dias (trinta) dias a partir do protocolo do requerimento de pagamento.

12.4. Declaração expressa de que os preços contidos na proposta incluem todos os custos, despesas e outros necessários ao cumprimento integral do objeto deste Edital e seus anexos. A falta de tal declaração será considerada como inclusa nos preços toda e qualquer despesa.

12.5. Declaração de que quaisquer tributos, custos e despesas diretos ou indiretos omitidos da proposta ou incorretamente cotados, serão considerados como inclusos nos preços, não sendo considerados pleitos de acréscimos, a esse ou a qualquer título, devendo os serviços ser fornecidos à PREFEITURA MUNICIPAL sem ônus adicionais.

12.6. Não serão admitidos cancelamentos, retificações de preços ou alterações nas condições estabelecidas, uma vez abertas as propostas. Os erros, equívocos e omissões havidos nas cotações de preços, serão de inteira responsabilidade do respectivo proponente.

12.7. A proposta deverá ter a validade mínima de 90 (noventa) dias corridos, contados a partir da data de apresentação dos documentos de habilitação e das propostas técnica e comercial.

14. VALORES REFERENCIAIS DE MERCADO

Considera-se como valores referenciais de mercado aqueles apontados pelo Edital, calculados sob a forma de porcentagens sobre a Tabela de Custos Internos de Agência de Publicidade fornecida pelo Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Mato Grosso.





ESTADO DE MATO GROSSO
PREFEITURA MUNICIPAL DE CÁCERES SECRETARIA MUNICIPAL E ESPECIAL DE
ASSUNTOS ESTRATÉGICOS

15. PROCEDIMENTO PARA JULGAMENTO DAS PROPOSTAS

15.1. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICA E DE PREÇO – JULGAMENTO FINAL

O julgamento das propostas técnicas e de preços e o julgamento final do certame serão realizados exclusivamente com base nos critérios especificados no Edital e a seguir.

15.2. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

15.2.1. No julgamento das Propostas Técnicas serão adotados os seguintes procedimentos:

A Subcomissão Técnica receberá e analisará, separadamente, dois grupos de envelope contendo as Propostas Técnicas apresentadas pelas Licitantes: os Envelopes 1, relativos ao Plano de Comunicação Publicitária Via não Identificada e os Envelopes 3, relativos ao Conjunto de Informações.

15.2.2. A nota de cada licitante, relativa a cada grupo de envelopes, será a soma das notas recebidas em cada subitem abaixo, considerando a seguinte pontuação máxima:

15.2.2.1. ENVELOPE A – PLANO DE COMUNICAÇÃO VIA NÃO IDENTIFICADA

- a) Raciocínio Básico 15 pontos
- b) Estratégia de Comunicação Publicitária 15 pontos
- c) Ideia Criativa 25 pontos
- d) Estratégia de Mídia e Não Mídia 15 pontos

15.2.2.2. TOTAL MÁXIMO POSSÍVEL DE PONTOS 70 PONTOS





ESTADO DE MATO GROSSO
**PREFEITURA MUNICIPAL DE CÁCERES SECRETARIA MUNICIPAL E ESPECIAL DE
ASSUNTOS ESTRATÉGICOS**

ENVELOPE 3 – CONJUNTO DE INFORMAÇÕES

- a) Capacidade de Atendimento 05 pontos
- b) Investimento em Estrutura de Atendimento 05 pontos
- c) Portfólio 05 pontos
- d) Cases 05 pontos

15.2.2.3. TOTAL MÁXIMO POSSÍVEL DE PONTOS 20 PONTOS

15.2.2.3.1. As propostas serão julgadas mediante critérios técnicos, devendo a Comissão de Licitação observar os seguintes aspectos no julgamento de cada quesito:

15.2.2.3.1.1. “Raciocínio Básico”:

- a) O conhecimento da ação governamental e da comunicação de governos, no atual contexto social, político e econômico.
- b) O conhecimento das características do Município de Cáceres/MT e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação.
- c) O entendimento do problema e dos objetivos de comunicação estabelecidos pelo Briefing.
- d) O posicionamento publicitário proposto e o entendimento das formas de relação entre a CONTRATANTE e seus diversos públicos.

15.2.2.3.1.2. “Estratégia de Comunicação Publicitária”:

- a) O entendimento das questões apresentadas e o grau em que a campanha apresentada atende ao
- b) Briefing.
- c) A adequação dos conceitos e das linhas de comunicação propostos e as possibilidades de desdobramentos positivos para a comunicação da CONTRATANTE com seus diversos públicos, além de suas possibilidades de execução dentro dos parâmetros estabelecidos no Briefing.
- d) A consistência lógica e a clareza na argumentação.





ESTADO DE MATO GROSSO
**PREFEITURA MUNICIPAL DE CÁCERES SECRETARIA MUNICIPAL E ESPECIAL DE
ASSUNTOS ESTRATÉGICOS**

15.2.2.3.1.3. “Ideia Criativa”:

- a) A relação de coerência e consequência com o que estiver proposto nos dois subitens anteriores.
- b) Sua pertinência às atividades da CONTRATANTE e à sua inserção na sociedade.
- c) A qualidade criativa das peças publicitárias apresentadas.
- d) A originalidade e simplicidade da ideia criativa e a inventividade no uso das mídias.
- e) A exequibilidade das peças.
- f) A compatibilidade da linguagem das peças aos meios propostos.

15.2.2.3.1.4. “Estratégia de Mídia e Não Mídia”:

- a) O raciocínio estratégico e tático.
- b) O conhecimento dos hábitos de consumo de meios dos diversos públicos e a capacidade analítica demonstrada no exame desses hábitos.
- c) A criatividade e o conhecimento demonstrados na definição da estratégia e na escolha dos meios.
- d) A coerência da proposta de mídia com o planejamento apresentado nos subitens 1.1, 1.2 e 1.3 (Anexo
- e) A pertinência, a otimização e a oportunidade das propostas sobre o uso das diversas mídias, convencionais e alternativas.

15.2.2.3.1.5. “Capacidade de Atendimento”:

- a) O “currículo” dos principais executivos da Licitante, principalmente nas áreas de planejamento, criação, mídia e atendimento.
- b) As estruturas técnica e operacional da Licitante para suprir as necessidades da conta publicitária a ser atendida, principalmente em relação ao quadro de profissionais que será colocado à disposição da CONTRATANTE;
- c) A sistemática de atendimento a ser adotada no relacionamento entre a Licitante e a equipe técnica da CONTRATANTE.





ESTADO DE MATO GROSSO
PREFEITURA MUNICIPAL DE CÁCERES SECRETARIA MUNICIPAL E ESPECIAL DE
ASSUNTOS ESTRATÉGICOS

15.2.2.3.1.6. “Investimento em Estrutura de Atendimento”:

a) os investimentos e facilidades em estrutura ou serviços a serem colocados à disposição do cliente, tais como banco de dados, pesquisas de opinião ou audiência, acordos operacionais com empresas ou consultorias especializadas em áreas não cobertas diretamente pela Licitante.

15.2.2.3.1.7. “Portfólio”:

- a) a qualidade e adequação do trabalho criativo;
- b) a pertinência da solução apresentada ao problema de comunicação;
- c) a qualidade de execução dos trabalhos.

15.2.2.3.1.8. “Cases”:

- a) o encadeamento lógico da exposição;
- b) a evidência de planejamento publicitário;
- c) a consistência dos resultados apresentados pela campanha:

C.1) A nota atribuída a determinado quesito será proporcional ao cumprimento de todos os aspectos acima citados para cada um deles;

C.2) Cada aspecto será avaliado em relação aos requisitos constantes deste Edital e seus anexos e, ainda, comparativamente em relação às demais propostas apresentadas, mediante justificativa expressa que aponte as diferenças existentes entre elas, sendo-lhe atribuída nota que variará conforme a seguinte escala:

PÉSSIMO (de 0 a 20% da nota) – RUIM (de 21 a 40% da nota) – REGULAR (de 41 a 60% da nota) – BOM (de 61 a 80% da nota) – MUITO BOM (de 81 a 90% da nota) – ÓTIMO (de 91 a 100% da nota).





ESTADO DE MATO GROSSO
**PREFEITURA MUNICIPAL DE CÁCERES SECRETARIA MUNICIPAL E ESPECIAL DE
ASSUNTOS ESTRATÉGICOS**

C.3) Para efeito de julgamento pela Subcomissão Técnica, serão classificadas somente às Propostas Técnicas que obtiverem, no mínimo, 60% (sessenta por cento) do total de pontos de cada grupo, ou seja, 42 (quarenta e dois) pontos no Plano de Comunicação Via não Identificada e 12 (doze) pontos no Conjunto de Informações.

15.2.2.3.1.9. Serão desclassificadas as Propostas:

- a) Que não contiverem todos os dados exigidos no Edital;
- b) Em que as Licitantes não demonstrarem possuir a qualificação, a experiência e a estrutura administrativa e técnica necessárias e adequadas para garantir a realização e conclusão do objeto licitado, obtendo índice de pontuação inferior ao estabelecido no item 3 acima ou zero em qualquer um dos quesitos:
 - b.1) Será determinada a pontuação obtida pelos licitantes em cada envelope, por meio do somatório das médias aritméticas das notas atribuídas pelos membros da Subcomissão Técnica a cada um dos quesitos, observado o seguinte;
 - b.2) A pontuação atribuída a um quesito sempre deverá ser reavaliada quando a diferença entre a maior e a menor pontuação atribuída por cada membro da Subcomissão Técnica for superior a 20% (vinte por cento) da pontuação máxima do quesito;
 - b.3) Persistindo a diferença de pontuação prevista após a reavaliação do quesito, os membros da Subcomissão Técnica, autores das pontuações consideradas destoantes, deverão registrar em ata as razões que os levaram a manter a pontuação atribuída ao quesito reavaliado, que será assinada por todos os membros da Subcomissão e passará a compor o processo da licitação.
 - b.4). Se houver desclassificação de alguma proposta técnica por descumprimento de disposições do instrumento convocatório, ainda assim será atribuída pontuação a seus quesitos, a ser lançada em planilhas que ficarão acondicionadas em invólucro fechado e rubricado no fecho pelos membros da Subcomissão Técnica, até que expirem os prazos para





ESTADO DE MATO GROSSO
**PREFEITURA MUNICIPAL DE CÁCERES SECRETARIA MUNICIPAL E ESPECIAL DE
ASSUNTOS ESTRATÉGICOS**

interposição de recursos relativos a essa fase da licitação, exceto nos casos em que o descumprimento resulte na identificação da Licitante antes da abertura do invólucro de que trata o subitem 13.2.2.

b.5) Serão elaboradas pela Subcomissão Técnica duas atas relativas (I) ao julgamento do Plano de Comunicação Publicitária Via Não Identificada e (II) ao julgamento dos quesitos referentes ao Conjunto de Informações e, posteriormente, encaminhadas à Comissão Especial de Licitação, juntamente com as Propostas, as planilhas com as pontuações e a justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso.

b.6) Após identificada a autoria do Plano de Comunicação Publicitária pela Comissão Especial de Licitação, serão desclassificadas as Proponentes que não obtiverem no mínimo, 60% (sessenta por cento) do total dos pontos no conjunto da Proposta Técnica (Envelopes 1 e 3), ou seja, 54 (cinquenta e quatro) pontos.

b.7) Apuradas as pontuações de cada licitante classificado na Etapa Técnica, será atribuída nota 10 (dez) àquele que houver obtido o maior número de pontos no conjunto da Proposta Técnica, atribuindo-se aos demais, notas diretamente proporcionais à sua classificação, por pontos, em relação àquele que recebeu nota 10 (dez), de acordo com a seguinte fórmula:

Ti

$NPT = 10 \times \frac{Ti}{To}$, onde:

To

NPT = nota da Proposta Técnica em exame, para efeito de sua classificação;

Ti = pontuação da Proposta Técnica em exame,

To = pontuação da melhor Proposta Técnica.

15.3. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS DE PREÇOS

15.3.1. A proposta de preço conterá quesitos representativos das formas de remuneração vigentes no mercado publicitário;





ESTADO DE MATO GROSSO
**PREFEITURA MUNICIPAL DE CÁCERES SECRETARIA MUNICIPAL E ESPECIAL DE
ASSUNTOS ESTRATÉGICOS**

15.3.2. As Propostas de Preços das Licitantes classificadas na fase anterior serão avaliadas e classificadas de acordo com os pontos atribuídos, da seguinte forma:

15.3.3. 10 (dez) pontos à Proposta que oferecer maior percentual de desconto incidente sobre os custos internos de produção (criação e montagem) das empresas, apurados em relação aos previstos na Lista de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Mato Grosso, deferindo-se pontos proporcionais às restantes, conforme a seguinte fórmula:

$$NPC = 10 \times \frac{VNMPdP}{VNPdP}$$, onde

VNMPdP

NPC = Nota da Proposta Comercial;

VNPdP = Valor numérico do percentual de desconto proposto;

VNMPdP = Valor numérico do maior percentual de desconto proposto.

15.3.4. Com base na análise dos fatores indicados, a Comissão fará a classificação das Propostas de Preços, desclassificando aquelas que:

15.3.5. Não apresentarem desconto, ou apresentarem desconto de 100% (cem por cento) sobre os custos internos de produção (criação e montagem) de propaganda, renunciando à totalidade da remuneração;

15.3.6. Não atingirem a pontuação mínima exigida das PROPONENTES nesta etapa da Licitação, a fim de que possam ser classificadas, que é de 7 (sete) pontos, o equivalente a 70% (setenta por cento) do total de pontos possíveis;

15.3.7. Se todas as propostas forem desclassificadas, a Comissão poderá fixar para as Licitantes o prazo de 8 (oito) dias úteis para apresentação de novas propostas, escoimadas das causas que tenham determinado a desclassificação. As novas propostas deverão ser apresentadas em ENVELOPES lacrados, que serão recebidos em sessão pública, observando-se o procedimento de avaliação e julgamento estabelecido nos subitens anteriores.

15.4. CLASSIFICAÇÃO FINAL





ESTADO DE MATO GROSSO
**PREFEITURA MUNICIPAL DE CÁCERES SECRETARIA MUNICIPAL E ESPECIAL DE
ASSUNTOS ESTRATÉGICOS**

15.4.1. A classificação das Licitantes far-se-á, dessa forma, de acordo com a média ponderada das valorações das Propostas Técnica e de Preço, considerando que a Proposta Técnica terá como pontuação máxima 80% (oitenta por cento) do total possível de pontos e a Proposta Comercial terá como pontuação máxima 20% (vinte por cento) do total possível de pontos.

15.4.2. As notas das Propostas Técnicas terão peso 8 (oito) e as notas das Propostas de Preços terão peso 2 (dois), sendo classificadas as Licitantes, segundo a ordem decrescente da nota média ponderada, obtida com a aplicação da seguinte fórmula:

$$\frac{8(NPT) + 2(NPC)}{10}$$

NMP = -----, onde:
10
NMP = nota média ponderada final;
NPT = nota da Proposta Técnica;
NPC = nota da Proposta Comercial

15.4.3. No cálculo da Nota Média Ponderada Final (NMP), será adotada a precisão até a segunda casa após a vírgula e arredondamento para o centésimo superior para valores iguais ou superiores a 0,005.

15.4.4. Para efeito de desempate entre os LICITANTES que obtiverem a mesma Nota Média Ponderada Final, será considerada a maior nota obtida nos seguintes quesitos, pela ordem:

- a) Ideia Criativa
- b) Raciocínio Básico
- c) Estratégia de Comunicação Publicitária
- d) Portfólio
- e) Capacidade de Atendimento
- f) Investimento em Estrutura de Atendimento
- g) Estratégia de Mídia e Não Mídia
- h) Cases.

15.4.5. Persistindo o empate na classificação final, após verificadas as normas de desempate estabelecidas acima, a Concorrência será decidida por sorteio, em sessão pública, para a qual serão todas as Licitantes convocadas.





ESTADO DE MATO GROSSO
**PREFEITURA MUNICIPAL DE CÁCERES SECRETARIA MUNICIPAL E ESPECIAL DE
ASSUNTOS ESTRATÉGICOS**

15.5. APURAÇÃO DOS VENCEDORES

15.5.1. Ultrapassado o prazo recursal e homologado o resultado do julgamento pela autoridade competente da CONTRATANTE, o Contrato objeto deste Edital será adjudicada à Licitante considerada vencedora nos termos dos itens seguintes.

15.5.2. agência ou consórcio vencedor será aquele que obtiver maior Nota Média Ponderada Final.

16. CRITÉRIOS DE MEDIÇÃO E PAGAMENTO

16.1. A avaliação da execução do objeto utilizará o Instrumento de Medição de Resultado (IMR), conforme previsto no Anexo I.

16.1.1. Será indicada a retenção ou glosa no pagamento, proporcional à irregularidade verificada, sem prejuízo das sanções cabíveis, caso se constate que a Contratada:

16.1.1.1. não produzir os resultados acordados,

16.1.1.2. deixar de executar, ou não executar com a qualidade mínima exigida as atividades contratadas; ou

16.1.1.3. deixar de utilizar materiais e recursos humanos exigidos para a execução do serviço, ou utilizá-los com qualidade ou quantidade inferior à demandada.

16.2. DO RECEBIMENTO

16.2.1. Os serviços serão recebidos provisoriamente, no prazo de 02 (dois) dias, pelos fiscais técnico e administrativo, mediante termos detalhados, quando verificado o cumprimento das exigências de caráter técnico e administrativo. (Art. 140, I, “a”, da Lei nº 14.133).

16.2.2. O prazo da disposição acima será contado do recebimento de comunicação de cobrança oriunda do contratado com a comprovação da prestação dos serviços a que se referem a parcela a ser paga.





ESTADO DE MATO GROSSO
**PREFEITURA MUNICIPAL DE CÁCERES SECRETARIA MUNICIPAL E ESPECIAL DE
ASSUNTOS ESTRATÉGICOS**

16.2.3. O fiscal técnico do contrato realizará o recebimento provisório do objeto do contrato mediante termo detalhado que comprove o cumprimento das exigências de caráter técnico. (Art. 22, X, Decreto nº 11.246, de 2022).

16.2.4. O fiscal administrativo do contrato realizará o recebimento provisório do objeto do contrato mediante termo detalhado que comprove o cumprimento das exigências de caráter administrativo. (Art. 23, X, Decreto nº 11.246, de 2022)

16.2.5. O fiscal setorial do contrato, quando houver, realizará o recebimento provisório sob o ponto de vista técnico e administrativo.

16.2.6. Para efeito de recebimento provisório, ao final de cada período de faturamento, o fiscal técnico do contrato irá apurar o resultado das avaliações da execução do objeto e, se for o caso, a análise do desempenho e qualidade da prestação dos serviços realizados em consonância com os indicadores previstos, que poderá resultar no redimensionamento de valores a serem pagos à contratada, registrando em relatório a ser encaminhado ao gestor do contrato.

16.2.7. O Contratado fica obrigado a reparar, corrigir, remover, reconstruir ou substituir, às suas expensas, no todo ou em parte, o objeto em que se verificarem vícios, defeitos ou incorreções resultantes da execução ou materiais empregados, cabendo à fiscalização não atestar a última e/ou única medição de serviços até que sejam sanadas todas as eventuais pendências que possam vir a ser apontadas no Recebimento Provisório.

16.2.8. A fiscalização não efetuará o ateste da última e/ou única medição de serviços até que sejam sanadas todas as eventuais pendências que possam vir a ser apontadas no Recebimento Provisório. (Art. 119 c/c art. 140 da Lei nº 14133, de 2021).

16.2.9. O recebimento provisório também ficará sujeito, quando cabível, à conclusão de todos os testes de campo e à entrega dos Manuais e Instruções exigíveis.

16.2.10. Os serviços poderão ser rejeitados, no todo ou em parte, quando em desacordo com as especificações constantes neste Termo de Referência e na proposta, sem prejuízo da aplicação das penalidades.

16.2.11. Quando a fiscalização for exercida por um único servidor, o Termo Detalhado deverá conter o registro, a análise e a conclusão acerca das ocorrências na execução do contrato, em





ESTADO DE MATO GROSSO
**PREFEITURA MUNICIPAL DE CÁCERES SECRETARIA MUNICIPAL E ESPECIAL DE
ASSUNTOS ESTRATÉGICOS**

relação à fiscalização técnica e administrativa e demais documentos que julgar necessários, devendo encaminhá-los ao gestor do contrato para recebimento definitivo.

16.2.12. Os serviços serão recebidos definitivamente no prazo de 7 (sete) dias, contados do recebimento provisório, por servidor ou comissão designada pela autoridade competente, após a verificação da qualidade e quantidade do serviço e consequente aceitação mediante termo detalhado, obedecendo os seguintes procedimentos:

16.2.13. Emitir documento comprobatório da avaliação realizada pelos fiscais técnico, administrativo e setorial, quando houver, no cumprimento de obrigações assumidas pelo contratado, com menção ao seu desempenho na execução contratual, baseado em indicadores objetivamente definidos e aferidos, e a eventuais penalidades aplicadas, devendo constar do cadastro de atesto de cumprimento de obrigações, conforme regulamento (art. 21, VIII, Decreto nº 11.246, de 2022).

16.2.14. Realizar a análise dos relatórios e de toda a documentação apresentada pela fiscalização e, caso haja irregularidades que impeçam a liquidação e o pagamento da despesa, indicar as cláusulas contratuais pertinentes, solicitando à CONTRATADA, por escrito, as respectivas correções;

16.2.15. Emitir Termo Circunstanciado para efeito de recebimento definitivo dos serviços prestados, com base nos relatórios e documentações apresentadas; e

16.2.16. Comunicar a empresa para que emita a Nota Fiscal ou Fatura, com o valor exato dimensionado pela fiscalização.

16.2.17. Enviar a documentação pertinente ao setor de contratos para a formalização dos procedimentos de liquidação e pagamento, no valor dimensionado pela fiscalização e gestão.

16.2.18. No caso de controvérsia sobre a execução do objeto, quanto à dimensão, qualidade e quantidade, deverá ser observado o teor do art. 143 da Lei nº 14.133, de 2021, comunicando-se à empresa para emissão de Nota Fiscal no que pertinente à parcela incontroversa da execução do objeto, para efeito de liquidação e pagamento.

16.2.19. Nenhum prazo de recebimento ocorrerá enquanto pendente a solução, pelo contratado, de inconsistências verificadas na execução do objeto ou no instrumento de cobrança.





ESTADO DE MATO GROSSO
**PREFEITURA MUNICIPAL DE CÁCERES SECRETARIA MUNICIPAL E ESPECIAL DE
ASSUNTOS ESTRATÉGICOS**

16.2.20. O recebimento provisório ou definitivo não excluirá a responsabilidade civil pela solidez e pela segurança do serviço nem a responsabilidade ético-profissional pela perfeita execução do contrato.

16.3. LIQUIDAÇÃO

16.3.1. Recebida a Nota Fiscal ou documento de cobrança equivalente, correrá o prazo de dez dias úteis para fins de liquidação, na forma desta seção, prorrogáveis por igual período, nos termos do art. 7º, §2º da Instrução Normativa SEGES/ME nº 77/2022.

16.3.1.1. O prazo de que trata o item anterior será reduzido à metade, mantendo-se a possibilidade de prorrogação, nos casos de contratações decorrentes de despesas cujos valores não ultrapassem o limite de que trata o inciso II do art. 75 da Lei nº 14.133, de 2021.

16.3.2. Para fins de liquidação, o setor competente deve verificar se a Nota Fiscal ou Fatura apresentada expressa os elementos necessários e essenciais do documento, tais como:

- a) o prazo de validade;
- b) a data da emissão;
- c) os dados do contrato e do órgão contratante;
- d) o período respectivo de execução do contrato;
- e) o valor a pagar; e
- f) eventual destaque do valor de retenções tributárias cabíveis.

16.3.3. Havendo erro na apresentação da Nota Fiscal/Fatura, ou circunstância que impeça a liquidação da despesa, esta ficará sobrestada até que o contratado providencie as medidas saneadoras, reiniciando-se o prazo após a comprovação da regularização da situação, sem ônus à contratante;

16.3.4. A Nota Fiscal ou Fatura deverá ser obrigatoriamente acompanhada da comprovação da regularidade fiscal, constatada por meio de consulta on-line ao SICAF ou, na impossibilidade de acesso ao referido Sistema, mediante consulta aos sítios eletrônicos oficiais ou à documentação mencionada no art. 68 da Lei nº 14.133/2021.

16.3.5. A Administração deverá realizar consulta ao SICAF para:





ESTADO DE MATO GROSSO
**PREFEITURA MUNICIPAL DE CÁCERES SECRETARIA MUNICIPAL E ESPECIAL DE
ASSUNTOS ESTRATÉGICOS**

- a) verificar a manutenção das condições de habilitação exigidas no edital;
- b) identificar possível razão que impeça a participação em licitação, no âmbito do órgão ou entidade, proibição de contratar com o Poder Público, bem como ocorrências impeditivas indiretas.

16.3.6. Constatando-se, junto ao SICAF, a situação de irregularidade do contratado, será providenciada sua notificação, por escrito, para que, no prazo de 5 (cinco) dias úteis, regularize sua situação ou, no mesmo prazo, apresente sua defesa. O prazo poderá ser prorrogado uma vez, por igual período, a critério do contratante.

16.3.7. Não havendo regularização ou sendo a defesa considerada improcedente, o contratante deverá comunicar aos órgãos responsáveis pela fiscalização da regularidade fiscal quanto à inadimplência do contratado, bem como quanto à existência de pagamento a ser efetuado, para que sejam acionados os meios pertinentes e necessários para garantir o recebimento de seus créditos.

16.3.8. Persistindo a irregularidade, o contratante deverá adotar as medidas necessárias à rescisão contratual nos autos do processo administrativo correspondente, assegurada ao contratado a ampla defesa.

16.3.9. Havendo a efetiva execução do objeto, os pagamentos serão realizados normalmente, até que se decida pela rescisão do contrato, caso o contratado não regularize sua situação junto ao SICAF.

16.4. PRAZO DE PAGAMENTO

O pagamento será efetuado no prazo máximo de até 30 dias úteis, contados da finalização da liquidação da despesa, conforme seção anterior, nos termos da art. 40 da Lei nº 14.133/2021.

16.5. FORMA DE PAGAMENTO

16.5.1. O pagamento será realizado através de ordem bancária, para crédito em banco, agência e conta corrente indicados pelo contratado.

16.5.2. Será considerada data do pagamento o dia em que constar como emitida a ordem bancária para pagamento.

Av. Brasil, nº 119 - Centro Operacional de Cáceres – COC, Bairro: Jardim Celeste – CEP 78.200-000 Cáceres – MT, Brasil PABX: (065) 3223-1500 / FAX 3223-4044 - www.caceres.mt.gov.br





ESTADO DE MATO GROSSO
**PREFEITURA MUNICIPAL DE CÁCERES SECRETARIA MUNICIPAL E ESPECIAL DE
ASSUNTOS ESTRATÉGICOS**

16.5.3. Quando do pagamento, será efetuada a retenção tributária prevista na legislação aplicável.

16.5.4. Independentemente do percentual de tributo inserido na planilha, quando houver, serão retidos na fonte, quando da realização do pagamento, os percentuais estabelecidos na legislação vigente.

16.5.5. O contratado regularmente optante pelo Simples Nacional, nos termos da Lei Complementar nº 123, de 2006, não sofrerá a retenção tributária quanto aos impostos e contribuições abrangidos por aquele regime. No entanto, o pagamento ficará condicionado à apresentação de comprovação, por meio de documento oficial, de que faz jus ao tratamento tributário favorecido previsto na referida Lei Complementar.

17. DAS OBRIGAÇÕES GERAIS

17.1. A CONTRATADA guiar-se-á pelo Código de Ética dos profissionais de propaganda e pelas normas correlatas, com o objetivo de produzir publicidade que esteja de acordo com o Código de Defesa do Consumidor e demais leis vigentes, a moral e os bons costumes.

17.2. A CONTRATANTE providenciará a publicação do extrato do futuro Contrato e de seus eventuais termos aditivos na Imprensa Oficial, na forma prevista no art. 89, §1º, da Lei nº 14.133/2021.

17.3. Constituem direitos e prerrogativas da CONTRATANTE, além dos previstos em outras leis, os constantes da Lei nº 14.133/2021, que a CONTRATADA aceita e a eles se submete.

17.4. São assegurados à CONTRATANTE todos os direitos e faculdades previstos na Lei nº 8.078/90 (Código de Defesa do Consumidor).

17.5. A omissão ou tolerância das partes – em exigir o estrito cumprimento das disposições do contrato a ser firmado, ou em exercer prerrogativa dele decorrente – não constituirá novação ou renúncia nem lhes afetará o direito de, a qualquer tempo, exigirem o fiel cumprimento do avençado.

17.6. É expressamente proibida a veiculação de publicidade acerca desta contratação, salvo se houver prévia autorização da PREFEITURA MUNICIPAL.

17.7. É vedada a subcontratação de outra empresa para a execução dos serviços objeto da contratação.





ESTADO DE MATO GROSSO
PREFEITURA MUNICIPAL DE CÁCERES SECRETARIA MUNICIPAL E ESPECIAL DE
ASSUNTOS ESTRATÉGICOS

18. DAS OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA

18.1. Constituem obrigações da licitante vencedora, tão logo tida por CONTRATADA, além das demais previstas neste contrato ou decorrentes do objeto contratual:

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

18.1.2. Realizar, com seus próprios recursos e/ou mediante a contratação de terceiros, todos os serviços relacionados com o objeto do futuro Contrato, de acordo com as especificações estipuladas pela CONTRATANTE.

18.1.3. Comprovar, no ato da assinatura deste instrumento, que possui, em Cáceres ou em localidade próxima, estrutura de atendimento compatível com o volume e característica dos serviços a serem prestados à CONTRATANTE, com profissionais na área de mídia e de atendimento.

18.1.4. Não terceirizar os serviços objeto deste instrumento, sem a prévia autorização, por escrito, da CONTRATANTE.

18.1.5. Envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações junto às empresas de veiculação e divulgação e transferir, integralmente, à CONTRATANTE, os respectivos descontos e outras vantagens.

18.1.6. Fazer cotação de preços para todos os serviços a serem prestados pelas empresas de veiculação e divulgação e apresentar, no mínimo, 03 (três) propostas, devendo os orçamentos ser apresentados na forma aberta e detalhada com a indicação da mais adequada para sua execução.

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

18.1.8. Obter a aprovação prévia da CONTRATANTE, por escrito, para assumir despesas com divulgação e veiculação e qualquer outra relacionada com este contrato, observado sempre o índice de audiência das empresas, a ser aferida mediante pesquisa de opinião;





ESTADO DE MATO GROSSO
**PREFEITURA MUNICIPAL DE CÁCERES SECRETARIA MUNICIPAL E ESPECIAL DE
ASSUNTOS ESTRATÉGICOS**

18.1.9. Devolver à CONTRATANTE, após as divulgações e veiculações, os materiais por ela passados;

18.1.10. Entregar à CONTRATANTE, até o dia 10 do mês subsequente, um relatório das despesas de produção e veiculação autorizadas no mês anterior e um relatório dos serviços em andamento, estes com os dados mais relevantes para uma avaliação de seu estágio.

18.1.11. Registrar em Relatórios de Atendimento todas as reuniões e telefones de serviços entre a CONTRATANTE e a CONTRATADA, com o objetivo de tornar transparentes os entendimentos havidos e também para que ambas tomem as providências necessárias ao desempenho de suas tarefas e responsabilidades.

18.1.12. Enviar os relatórios descritos no item anterior para a CONTRATANTE até o prazo máximo de 02 (dois) dias úteis após a realização do contato.

18.1.13. Fazer as devidas retificações na incorreção verificada no registro dos assuntos tratados, no prazo máximo de 02 (dois) dias úteis, depois de solicitado pela CONTRATANTE.

18.1.14. Tomar providências, imediatamente, em casos de alterações, rejeições, cancelamentos ou interrupções de um ou mais serviços, mediante comunicação da CONTRATANTE, respeitadas as obrigações contratuais já assumidas, até a data dessas ocorrências, desde que não causadas pela própria CONTRATADA.

18.1.15. Somente divulgar informações acerca da prestação dos serviços objeto do futuro Contrato, que envolvam o nome da CONTRATANTE, mediante sua prévia e expressa autorização.

18.1.16. prestar esclarecimentos à CONTRATANTE sobre eventuais atos ou fatos noticiados que envolvam a CONTRATADA, independentemente de solicitação.

18.1.17. Submeter previamente à CONTRATANTE a eventual caução, cessão ou utilização do futuro Contrato em qualquer operação financeira.

18.1.18. Manter, durante a execução do contrato, todas as condições de habilitação exigidas na CONCORRÊNCIA que deu origem ao futuro Contrato.

18.1.19. Cumprir todas as leis e posturas pertinentes, federal, estadual e municipal, e responsabilizar-se por todos os prejuízos decorrentes de infrações a que houver dado causa.

Av. Brasil, nº 119 - Centro Operacional de Cáceres – COC, Bairro: Jardim Celeste – CEP 78.200-000 Cáceres – MT, Brasil PABX: (065) 3223-1500 / FAX 3223-4044 - www.caceres.mt.gov.br

Assinado por 2 pessoas: LEILIANE MUNIZ FONSECA e CLAUDIO HENRIQUE DONATONI
Para verificar a validade das assinaturas, acesse <https://caceres.1doc.com.br/verificacao/3A48-B91A-73F4-3C43> e informe o código 3A48-B91A-73F4-3C43





ESTADO DE MATO GROSSO
**PREFEITURA MUNICIPAL DE CÁCERES SECRETARIA MUNICIPAL E ESPECIAL DE
ASSUNTOS ESTRATÉGICOS**

18.1.20. Cumprir a legislação trabalhista com relação a seus empregados e, quando for o caso, com relação aos empregados de terceiros contratados.

18.1.21. Assumir, com exclusividade, todos os impostos e taxas que forem devidos em decorrência do objeto do futuro Contrato, bem como as contribuições devidas à previdência Social, encargos trabalhistas, prêmios de seguro e de acidentes de trabalho e outras despesas que se fizerem necessárias ao cumprimento do objeto pactuado.

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

18.1.23. Apresentar, quando solicitada pela CONTRATANTE, a comprovação de estarem sendo satisfeitos todos os seus encargos e obrigações trabalhistas, previdenciárias e fiscais.

18.1.24. Administrar e executar todos os contratos, tácitos ou expressos, firmados com terceiros, bem como responder por todos os efeitos desses contratos perante terceiros e a própria CONTRATANTE e exigir dos eventuais contratados, no que couber, a mesma condição do futuro contrato.

18.1.25. Manter por si, por seus prepostos e contratados, irrestrito e total sigilo sobre quaisquer dados que lhe sejam fornecidos, sobretudo quanto à estratégia de atuação da CONTRATANTE, sendo que a infração a este dispositivo implicará na rescisão imediata do futuro Contrato e sujeitará a CONTRATADA às penas da Lei n.º 9.279, de 14.05.96, e às indenizações das perdas e danos previstos na legislação ordinária.

18.1.26. Responder perante a CONTRATANTE e terceiros por eventuais prejuízos e danos decorrentes de sua demora ou de sua omissão na condução dos serviços de sua responsabilidade, na veiculação de publicidade ou por erro seu em quaisquer serviços objeto do futuro Contrato.

18.1.27. 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.

18.1.28. Responsabilizar-se pelo ônus resultante de quaisquer ações, demandas, custos e despesas decorrentes de danos causados por culpa ou dolo de seus empregados, preposto e/ou





ESTADO DE MATO GROSSO
**PREFEITURA MUNICIPAL DE CÁCERES SECRETARIA MUNICIPAL E ESPECIAL DE
ASSUNTOS ESTRATÉGICOS**

contratados, bem como obrigar-se por quaisquer responsabilidades decorrentes de ações judiciais que lhe venham a ser atribuídas por força de lei, relacionadas com o cumprimento do presente contrato.

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

18.1.30. Responder por qualquer ação judicial movida por terceiros com base na legislação de proteção à propriedade intelectual, direitos de propriedade ou direitos autorais, relacionada com os serviços objeto do futuro contrato.

18.2. Constituem, ainda, obrigações da LICITANTE vencedora, tão logo tida por CONTRATADA:

a) Observar a regra de que pertencem à CONTRATANTE as vantagens obtidas em negociação de compra de mídia diretamente ou por intermédio de Agência de propaganda, incluídos os eventuais descontos e as bonificações na forma de tempo, espaço ou reaplicações que tenham sido concedidos pelo veículo de divulgação.

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

18.2.1. Para o fornecimento de bens ou serviços especializados, a CONTRATADA deverá observar as seguintes condições:

I. A CONTRATADA só poderá apresentar cotações de preços obtidas junto a fornecedores aptos a fornecerem bens ou serviços especializados relacionados com as atividades complementares de execução do objeto do futuro Contrato;

II. Apresentar, no mínimo, 3 (três) orçamentos coletados entre integrantes do cadastro de fornecedores que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido;

Av. Brasil, nº 119 - Centro Operacional de Cáceres – COC, Bairro: Jardim Celeste – CEP 78.200-000 Cáceres – MT, Brasil PABX: (065) 3223-1500 / FAX 3223-4044 - www.caceres.mt.gov.br





ESTADO DE MATO GROSSO
**PREFEITURA MUNICIPAL DE CÁCERES SECRETARIA MUNICIPAL E ESPECIAL DE
ASSUNTOS ESTRATÉGICOS**

III. Exigir do fornecedor que constem da cotação os produtos ou serviços que a compõem, seu preço total e o detalhamento de suas especificações e preços unitários;

IV. A cotação deverá ser apresentada no original, em papel timbrado, com a identificação completa do fornecedor (nome, CNPJ ou CPF, endereço, telefone, entre outros dados) e a identificação completa (nome, RG e CPF) e assinatura do responsável;

c) Arcar com todos os custos relativos aos encargos sociais e obrigações trabalhistas e previdenciárias relativas à mão de obra empregada na execução dos serviços, bem como, impostos, taxas, emolumentos, seguros ou outros valores que incidam, direta ou indiretamente sobre os serviços ora contratados, ficando obrigada a apresentar, em suas faturas, separadamente, o montante dos impostos que correspondam a cada pagamento;

d) Responder por danos causados à CONTRATANTE ou a terceiros, decorrentes de falhas ou irregularidades na execução dos serviços e que tenham ocorrido por sua culpa ou por ação ou omissão de seus agentes. A CONTRATADA responderá apenas por perdas e danos que ocorrerem durante o prazo de vigência do futuro Contrato e que forem comunicados à CONTRATADA, por escrito, no prazo de 30 (trinta) dias a contar do conhecimento dos danos causados, desde que este conhecimento se dê em até 60 (sessenta) dias da ocorrência do fato que deu origem ao dano e que este dano seja de possível constatação;

e) Deverá durante o período de, no mínimo, 5 (cinco) anos após a extinção do futuro Contrato, manter acervo comprobatório da totalidade dos serviços prestados e das peças publicitárias produzidas.

f) Todos os serviços realizados serão documentados através da apresentação dos respectivos comprovantes de veiculação, bem como cópias das faturas e duplicatas quitadas emitidas pelos fornecedores subcontratados;

g) Os serviços deverão ser executados pela CONTRATADA com o fornecimento de toda mão de obra, materiais, equipamentos e demais despesas necessárias à execução do objeto, sendo permitida a subcontratação parcial dos serviços necessários ao cumprimento do objeto contratado, desde que previamente aprovado pela CONTRATANTE, vedada a subcontratação de serviços afetos à criação/concepção das ações de publicidade;

h) A CONTRATADA deverá comprovar a execução dos serviços subcontratados e arcar com os encargos de qualquer natureza deles decorrentes;





ESTADO DE MATO GROSSO
**PREFEITURA MUNICIPAL DE CÁCERES SECRETARIA MUNICIPAL E ESPECIAL DE
ASSUNTOS ESTRATÉGICOS**

i) Os originais dos materiais desenvolvidos para a execução dos serviços (arte, fotolito, VT, filmes, etc.), inclusive fotos compradas para uso em outdoor ou peça gráfica, ficarão sob a guarda da CONTRATADA, mas disponíveis durante a vigência do Contrato, para a CONTRATANTE, que poderá, a seu critério, requisitar cópias dos originais para comprovação da prestação dos serviços e arquivo próprio vedada a transferência a agentes de qualquer espécie ou uso, além das finalidades solicitadas em plano de campanha específica;

j) A CONTRATADA deverá ceder à CONTRATANTE os direitos patrimoniais de uso de ideias (incluindo os estudos, análises e planos), peças publicitárias (fotos e material gráfico, eletrônico e multimídia), softwares, CDs, imagens brutas, em filme ou VT, composições, arranjos, execução de trilha sonora e jingles, animação, pantomima, publicações editoriais e quaisquer outras modalidades de publicidade existentes ou que venham a ser inventadas, de sua propriedade, concebidos, criados e produzidos em decorrência do futuro Contrato;

k) A CONTRATADA se compromete a realizar por escrito, a contratação de terceiros para produção de peças publicitárias e a prestação de outros serviços, onde deverá explicitar a cessão, durante a vigência do Contrato, à CONTRATANTE, do uso das referidas peças publicitárias e do material bruto;

l) A CONTRATANTE considerará como inclusa nos custos de produção, qualquer remuneração devida a terceiros em decorrência da cessão de direitos, durante a vigência do futuro Contrato;

m) Toda e qualquer negociação feita pela CONTRATADA envolvendo subcontratação, deverá contar obrigatoriamente, com a participação de representante da “PREFEITURA MUNICIPAL”, com vistas à maximização dos bônus e descontos contratuais;

n) A CONTRATADA se compromete a negociar as melhores condições de preços para os direitos de imagens e som de voz (atores, modelos e locutores) e sobre obras consagradas, nos casos de reutilização de peças publicitárias produzidas durante a vigência do futuro Contrato;

o) A prestação dos serviços de publicidade deve possuir comando centralizado próximo da cidade de Cáceres, Estado de Mato Grosso, onde, para esse fim, manterá escritório. A CONTRATADA poderá utilizar-se de sua matriz ou de seus representantes na Capital do Estado e em outros Estados para serviços de criação e de produção ou outros complementares ou acessórios que venham a ser necessários, desde que garantidas as condições previamente acordadas.





ESTADO DE MATO GROSSO
**PREFEITURA MUNICIPAL DE CÁCERES SECRETARIA MUNICIPAL E ESPECIAL DE
ASSUNTOS ESTRATÉGICOS**

p) Manter, durante toda execução do futuro Contrato, as mesmas condições de habilitação e qualificação exigidas na licitação.

19. DAS OBRIGAÇÕES DA CONTRATANTE

19.1. A CONTRATANTE, além das obrigações contidas no futuro Contrato por determinação legal, obriga-se:

- a) Dar ciência à CONTRATADA de qualquer alteração no presente Contrato, ficando expressamente esclarecido que qualquer alteração contratual deverá ser submetida previamente à apreciação da CONTRATANTE;
- b) Verificar e aceitar as faturas emitidas pela CONTRATADA, recusando-as quando constatado pela CONTRATANTE que as mesmas estão inexatas ou desacompanhadas dos documentos exigidos neste Contrato;
- c) Efetuar todos os pagamentos oriundos da execução dos serviços objeto do presente instrumento contratual;
- d) A CONTRATANTE prestará, verbalmente ou por escrito, à CONTRATADA, informações que visem esclarecer ou orientar a correta prestação dos serviços;
- e) No ato da liquidação da despesa, o setor de contabilidade da CONTRATANTE deverá comunicar no que couber, aos órgãos responsáveis pela arrecadação e fiscalização de tributos da União, Estado ou Município, as características e os valores pagos, segundo o disposto no art. 63 da Lei nº 4.320/64;
- f) A CONTRATANTE deverá advertir a CONTRATADA sobre eventuais faltas na execução dos serviços;
- g) As informações sobre a execução do Contrato, com os nomes dos fornecedores de serviços especializados e veículos, serão divulgadas em sítio próprio aberto para o Contrato na rede mundial de computadores, sob responsabilidade da CONTRATANTE, garantido o livre acesso às informações por quaisquer interessados.
- h) As informações sobre valores pagos serão divulgadas pelos totais de cada tipo de serviço de fornecedores e de cada meio de divulgação.
- i) Cumprir todos os compromissos financeiros assumidos com a CONTRATADA;





ESTADO DE MATO GROSSO
**PREFEITURA MUNICIPAL DE CÁCERES SECRETARIA MUNICIPAL E ESPECIAL DE
ASSUNTOS ESTRATÉGICOS**

- j) Comunicar, por escrito, à CONTRATADA, toda e qualquer orientação acerca dos serviços, excetuados os entendimentos orais determinados pela urgência, que deverão ser confirmados, por escrito, no prazo de 24 (vinte quatro) horas úteis;
- k) Fornecer e colocar à disposição da CONTRATADA todos os elementos e informações que se fizerem necessários à execução dos serviços;
- l) Proporcionar condições para a boa execução dos serviços;
- m) Notificar a CONTRATADA, por escrito e com antecedência, sobre multas, penalidades e quaisquer débitos de sua responsabilidade.
- n) A juízo da CONTRATANTE, a campanha publicitária integrante da Proposta Técnica que a CONTRATADA apresentou na CONCORRÊNCIA que deu origem a este contrato poderá ou não vir a ser produzida e distribuída durante sua vigência, com ou sem modificações.

20. DO PAGAMENTO

- a) A contratante efetuará o pagamento à CONTRATADA, através de crédito em conta corrente mantida pela CONTRATADA, preferencialmente em até o 30º (trigésimo) dia, contados a partir da data da apresentação da nota fiscal/fatura discriminativa acompanhada da correspondente Ordem de Fornecimento, com o respectivo comprovante, de que o fornecimento foi realizado a contento.
- b) A nota fiscal deverá ser acompanhada da Certidão de Regularidade Fiscal, na hipótese do Contratado ser estabelecido em outra unidade da Federação;
- c) Constatando-se qualquer incorreção na nota fiscal, bem como, qualquer outra circunstância que desaconselhe o seu pagamento, o prazo constante no item acima fluirá a partir da respectiva data de regularização;
- d) O contratado indicará no corpo da nota fiscal o número do contrato, nome do banco, agência e conta corrente onde deverá ser feito o pagamento, que será efetuado via ordem bancária;
- e) O contratante não efetuará pagamento de título descontado ou por meio de cobrança em banco, bem como, os que foram negociados com terceiros por intermédio da operação de factoring;
- f) O contratante efetuará o pagamento via ordem bancária, por intermédio do Banco do Brasil, para o banco discriminado na nota fiscal;





ESTADO DE MATO GROSSO
**PREFEITURA MUNICIPAL DE CÁCERES SECRETARIA MUNICIPAL E ESPECIAL DE
ASSUNTOS ESTRATÉGICOS**

- g) As despesas bancárias decorrentes de transferência de valores para outras praças, serão de responsabilidade do contratado;
- h) O pagamento efetuado ao contratado não isentará de suas responsabilidades vinculadas ao fornecimento, especialmente àquelas relacionadas com a qualidade e garantia;
- i) Havendo acréscimos dos quantitativos, isto imporá ajustamento no pagamento, pelos preços unitários constantes da proposta de preços, em face dos acréscimos realizados;
- j) Os pagamentos não realizados dentro do prazo, motivados pela CONTRATADA, não serão geradores de direito a reajustamento de preços.
- k) Não serão efetuados quaisquer pagamentos enquanto perdurar pendência de liquidação de obrigações, em virtude de penalidades impostas à CONTRATADA, ou inadimplência contratual.

20.1. O pagamento somente será efetuado mediante a apresentação dos seguintes documentos:

- a) Prova de regularidade junto à Fazenda Estadual, expedida pela Secretaria de Estado de Fazenda da sede ou domicílio do credor;
- b) Prova de regularidade junto à Dívida Ativa do Estado, expedida pela Procuradoria-Geral do Estado da sede ou domicílio do credor;
- c) Prova de regularidade relativa à Seguridade Social (INSS), Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas (CNDT) e ao Fundo de Garantia por Tempo de Serviço (FGTS), quando o Poder Executivo do Estado de Mato Grosso for solidário na obrigação.

21. OUTRAS DISPOSIÇÕES SOBRE O FUTURO CONTRATO

21.1. O inadimplemento de cláusula estabelecida no futuro contrato, por parte da CONTRATADA, assegurará à PREFEITURA MUNICIPAL DE CÁCERES-MT o direito de rescindi-lo, mediante notificação, com prova de recebimento.

21.2. Além de outras hipóteses expressamente previstas no artigo 137 da Lei n. 14.133/2021, constituem motivos para a rescisão do contrato:

21.3. Atraso injustificado na execução dos serviços, bem como a sua paralisação sem justa causa e prévia comunicação à PREFEITURA MUNICIPAL;





ESTADO DE MATO GROSSO
**PREFEITURA MUNICIPAL DE CÁCERES SECRETARIA MUNICIPAL E ESPECIAL DE
ASSUNTOS ESTRATÉGICOS**

21.4. O cometimento reiterado de falhas comprovadas por meio de registro próprio efetuado pelo representante da PREFEITURA MUNICIPAL;

21.5. Caso a CONTRATADA venha a sofrer processos de fusão, cisão ou incorporação, será admitida a continuação do contrato a ser firmado, desde que sua execução não seja afetada e que a CONTRATADA mantenha o fiel cumprimento dos termos contratuais e as condições de habilitação.

21.6. À PREFEITURA MUNICIPAL é reconhecido o direito de rescisão administrativa, nos termos do artigo 138, inciso I, da Lei n. 14.133/2021, aplicando-se, no que couber, as disposições dos parágrafos primeiro e segundo do mesmo artigo, bem como as do artigo 139, todos da Lei n. 14.133/21.

22. DA DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA

22.1. As despesas decorrentes da execução do presente Termo de Referência correrão à conta de recursos próprios do orçamento vigente, alocado sob a classificação funcional:

Órgão/Unidade	Funcional-Programática	Natureza da Despesa	Fonte de Recursos
020201	2013	3.3.90	1.1.500

22.2. A estimativa de custo levou em consideração o risco envolvido na contratação e sua alocação entre contratante e contratado, conforme especificado na matriz de risco constante do Contrato.

22.3. DO REAJUSTE

22.3.1. Os preços são fixos e irredutíveis no prazo de um ano contado da data limite para a apresentação das propostas;

22.3.2. Considera-se Preço registrado aquele atribuído aos produtos, incluindo todas as despesas tais como: tributos (impostos, taxas, emolumentos, contribuições fiscais e para fiscais), transporte, embalagens, seguros, mão-de-obra e quaisquer despesas, acessórias e/ou complementar e outras não especificadas neste Edital, mas que incidam no cumprimento das obrigações assumidas pela empresa detentora da ata na execução da mesma;

21.3.3 Na ocorrência de cancelamento de registro de preço para o item, poderá o Gestor da Ata proceder à nova licitação para a execução do serviço, sem que caiba direito de recurso.





ESTADO DE MATO GROSSO
**PREFEITURA MUNICIPAL DE CÁCERES SECRETARIA MUNICIPAL E ESPECIAL DE
ASSUNTOS ESTRATÉGICOS**

23. LOCAL E CONDIÇÕES DE ENTREGA OU EXECUÇÃO

Nos termos do art. 140 da Lei nº 14.133/2021 e suas alterações, o objeto licitado será recebido provisoriamente, mediante termo circunstanciado, emitido pela CONTRATANTE e, posteriormente, será emitido o termo de recebimento definitivo, no prazo de até 05 dias a contar do recebimento dos serviços.

24. DA FISCALIZAÇÃO DA EXECUÇÃO DO CONTRATO ADMINISTRATIVO

24.1. A fiscalização da contratação será exercida pelo (a) Servidor designado através de Portaria específica, a quem competirá dirimir as dúvidas que surgirem no curso da execução do contrato, e de tudo dará ciência à Administração.

24.2. A fiscalização de que trata este item não exclui nem reduz a responsabilidade da CONTRATADA, inclusive perante terceiros, por qualquer irregularidade, ainda que resultante de imperfeições técnicas, vícios redibitórios, e, na ocorrência desta, não implica em corresponsabilidade da Administração ou de seus agentes e prepostos.

24.3. O fiscal do contrato anotará em registro próprio todas as ocorrências relacionadas com a execução do contrato, indicando dia, mês e ano, bem como o nome dos funcionários eventualmente envolvidos, determinando o que for necessário à regularização das faltas ou vícios observados e encaminhando os apontamentos à autoridade competente para as providências cabíveis.

25. DAS MULTAS E SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

25.1. O descumprimento injustificado das obrigações assumidas nos termos do futuro Contrato, sujeita a licitante declarada vencedora a multas e sanções, consoante o caput e parágrafos do art. 162 da Lei nº 14.133/2021 e alterações posteriores, incidentes sobre o valor contratado, na forma seguinte:

25.2. Quanto à obrigação da assinatura do instrumento de contrato no prazo estabelecido:





ESTADO DE MATO GROSSO
PREFEITURA MUNICIPAL DE CÁCERES SECRETARIA MUNICIPAL E ESPECIAL DE
ASSUNTOS ESTRATÉGICOS

25.2.1. Atraso até 2 (dois) dias, multa de até 1% (um por cento);

25.2.2. A partir do 3º (terceiro) até o limite do 5º (quinto) dia, multa de até 2% (dois por cento), caracterizando-se a inexecução total da obrigação a partir do 6º (sexto) dia de atraso.

25.3. A recusa da licitante declarada vencedora em assinar o contrato, ou o seu não comparecimento para assinatura no prazo previsto neste Edital, caracterizará descumprimento integral das obrigações assumidas na proposta, sujeitando-a, ao pagamento de multa de 20% (vinte por cento) do valor total da proposta.

25.4. Na hipótese do subitem anterior a PREFEITURA MUNICIPAL poderá convocar a licitante imediatamente classificada ou revogar a licitação. (Artigo 90, caput, §5º da Lei 14.133/2021).

25.5. Poderão ser aplicadas à inadimplente outras sanções contidas na Lei 14.133/2021, sem prejuízo das sanções previstas no presente Termo de Referência e demais legislações pertinentes ao objeto contratado;

25.6. A inexecução parcial ou total do objeto deste Edital, verificado o nexo causal devido à ação ou à omissão da licitante vencedora, relativamente às obrigações contratuais em questão, torna possível, observando-se o contraditório e a ampla defesa, a aplicação das sanções previstas na legislação vigente e neste instrumento convocatório, conforme listado a seguir:

25.6.1. Advertência;

25.6.2. Multa;

25.6.3. Suspensão temporária de participar em licitação e impedimento de contratar com a CONTRATANTE, pelo prazo de até 02 (dois) anos.

25.6.4. Declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com a CONTRATANTE enquanto perdurarem os motivos determinantes da punição ou até que seja promovida a reabilitação perante a própria autoridade que aplicou a penalidade, que será concedida sempre que a CONTRATADA ressarcir a CONTRATANTE pelos prejuízos resultantes e depois de decorrido o prazo da sanção aplicada no subitem 26.3.

25.7. Será aplicada a sanção de advertência nas seguintes condições:

25.7.1. Atraso superior a 5 (cinco) dias na execução do objeto, tendo como base o cronograma de execução físico-financeiro;





ESTADO DE MATO GROSSO
**PREFEITURA MUNICIPAL DE CÁCERES SECRETARIA MUNICIPAL E ESPECIAL DE
ASSUNTOS ESTRATÉGICOS**

25.7.2. Descumprimento de quaisquer obrigações previstas no Edital e seus anexos e no futuro Contrato, que não configurem hipóteses de aplicação de sanções mais graves, sem prejuízo das multas eventualmente cabíveis;

25.8. Será aplicada multa nas seguintes condições:

25.9. De até 10% (dez por cento) sobre o saldo contratual, caso haja a inexecução parcial do objeto;

25.10. De até 10% sobre o valor total do contrato, nos casos de inexecução total do objeto.

25.11. Pelos motivos que se seguem, principalmente, a CONTRATADA estará sujeita às penalidades tratadas no item 26.6. acima:

25.11.1. Pela recusa em executar o serviço/fornecimento, caracterizada em dez dias após o vencimento do prazo estipulado, de 10% (dez por cento) do valor do serviço;

25.11.2. Pela não execução do serviço/fornecimento de acordo com as especificações e prazos estipulados no Edital;

25.11.3. Pela demora em corrigir falhas do serviço executado, a contar do segundo dia da data da notificação da rejeição, de 2% (dois por cento) do valor do bem ou do serviço, por cada dia decorrido.

25.12. As multas estabelecidas podem ser aplicadas isoladas ou cumulativamente, ficando o seu total limitado a 10% (dez por cento) do valor contratado, sem prejuízo das perdas e danos cabíveis.

25.13. As multas serão descontadas dos pagamentos devidos pela PREFEITURA MUNICIPAL, da garantia contratual ou cobrada diretamente da empresa, amigável ou judicialmente, e poderão ser aplicadas cumulativamente com as demais sanções aqui previstas.

26. DAS DISPOSIÇÕES GERAIS

26.1. O acolhimento para exame das propostas e a sua classificação não gera direito adquirido ao autor de qualquer delas na adjudicação do serviço que constitua o seu objeto.

26.2. O não comparecimento de quaisquer dos participantes na reunião em que serão recebidos os envelopes de proposta técnica, de proposta de preços e de habilitação não impedirá que ela se realize, não cabendo ao ausente direito de reclamação de qualquer natureza.

Av. Brasil, nº 119 - Centro Operacional de Cáceres – COC, Bairro: Jardim Celeste – CEP 78.200-000 Cáceres – MT, Brasil PABX: (065) 3223-1500 / FAX 3223-4044 - www.caceres.mt.gov.br





ESTADO DE MATO GROSSO
**PREFEITURA MUNICIPAL DE CÁCERES SECRETARIA MUNICIPAL E ESPECIAL DE
ASSUNTOS ESTRATÉGICOS**

26.3. A Prefeitura Municipal de Cáceres-MT poderá, no âmbito de seu poder discricionário e mesmo após a adjudicação ou a homologação, revogar o procedimento licitatório, por razões de interesse público derivado de fato superveniente devidamente comprovado, pertinente e suficiente para justificar tal conduta, ou anulá-lo por ilegalidade, de ofício ou por provocação de qualquer pessoa, mediante ato escrito e fundamentado.

26.4. Os licitantes não terão direito à indenização em decorrência da revogação do Contrato, ressalvado o direito do Contratado de boa-fé de ser ressarcido pelos encargos que tiver suportado no cumprimento do contrato.

26.5. Os recursos referentes a esta licitação, deverão ser interpostos dentro do prazo constante no art. 165, da Lei 14.133/2021.

26.6. Não será permitido que a proponente faça retificações, cancelamentos de preços ou alterações nas condições estipuladas, após a entrega das propostas.

26.7. Após a homologação e adjudicação desta licitação, não será permitido à licitante declarada vencedora, o direito de cancelamento da proposta ou rescindir o contrato correspondente, ficando a mesma sujeita às penalidades previstas neste Edital, concomitantemente às demais normas previstas na legislação pertinente.

26.8. A(s) dúvida(s) que surgirem em qualquer fase do procedimento licitatório, serão dirimidas pela Comissão Permanente de Licitações, observados os preceitos legais pertinentes.

26.9. É facultada à Comissão Permanente de Licitações ou autoridade superior, em qualquer fase, a promoção de diligência destinada a esclarecer ou complementar a instrução do processo licitatório, vedada a inclusão posterior de documento ou informação que deveria constar originalmente dos Documentos de Habilitação ou das Propostas Técnica e de Preços.

26.10. O Briefing (Anexo II) atende às exigências do projeto básico a que se referem o art. 6º, inc. XXV e alíneas da Lei 14.133/2021 e posteriores alterações.

26.11. Caso não haja expediente na Prefeitura Municipal de Cáceres-MT, no dia fixado para abertura dos envelopes de proposta técnica, proposta de preços e habilitação, fica automaticamente transferida a data para o primeiro dia útil disponível subsequente.

26.12. Só terão direito de usar da palavra, rubricar as documentações e as propostas, apresentar reclamações ou recursos e assinar a ata, representantes legais dos concorrentes habilitados para o ato e os membros da Comissão Permanente de Licitações.





ESTADO DE MATO GROSSO
**PREFEITURA MUNICIPAL DE CÁCERES SECRETARIA MUNICIPAL E ESPECIAL DE
ASSUNTOS ESTRATÉGICOS**

26.13. Os proponentes são responsáveis pela fidelidade e legitimidade das informações e dos documentos apresentados.

26.14. O preço proposto deverá contemplar todas as despesas diretas e indiretas, bem como todos os encargos (obrigações sociais, impostos, taxas).

27. DA PARTICIPAÇÃO DE CONSÓRCIO

Trata-se da vedação da participação de consórcios quanto a **CONTRATAÇÃO DE AGÊNCIA DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA ESPECIALIZADA NA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PLANEJAMENTO, CRIAÇÃO, PRODUÇÃO, DISTRIBUIÇÃO, VEICULAÇÃO, CONTROLE E ACOMPANHAMENTO DE CAMPANHAS E PEÇAS PUBLICITÁRIAS, A SEREM REALIZADOS NA FORMA DE EXECUÇÃO INDIRETA**, conforme subitem 1.1. deste termo de referência.

Vale lembrar que, o Art. 14 da Lei 14.133/21, conferiu a discricionariedade à Administração para permitir ou vetar a formação de consórcio em certame licitatório. É sabido que, em regra, a formação de consórcio é admitida quando o objeto a ser licitado envolve questões de alta complexidade técnica ou de relevante vulto, em que, isoladamente, as empresas não teriam condições de suprir os requisitos de habilitação do edital.

Tratando-se do objeto em questão, a ausência de consórcio não trará prejuízos à competitividade do certame por se tratar de um registro de preços por item, de serviços comuns, a ser executado ao longo de 12 (doze) meses em sua totalidade ou não, que não demandam especialidades diferentes entre as empresas, as quais poderiam impedir à execução dos serviços por uma única empresa. É nítido, neste caso também que, a reunião de empresas em consórcio, ao invés de estabelecer uma disputa entre as empresas, as mesmas formalizariam acordo para eliminar a competição caso estivessem reunidas em consórcio.

Diante de todo o exposto e, considerando que existem diversas empresas com capacidade para fornecer os serviços a serem contratados facilmente comprovados através do número de cotações inseridas no processo, fica vedada à participação de consórcios na licitação.

28. DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO (ENVELOPE E)

28.1. HABILITAÇÃO JURÍDICA - A prova da habilitação jurídica será feita mediante a

Av. Brasil, nº 119 - Centro Operacional de Cáceres – COC, Bairro: Jardim Celeste – CEP 78.200-000 Cáceres – MT, Brasil PABX: (065) 3223-1500 / FAX 3223-4044 - www.caceres.mt.gov.br





ESTADO DE MATO GROSSO
PREFEITURA MUNICIPAL DE CÁCERES SECRETARIA MUNICIPAL E ESPECIAL DE
ASSUNTOS ESTRATÉGICOS

apresentação dos seguintes documentos no envelope 0E:

- a) **Prova de registro comercial**, no caso de empresa individual, no registro público de empresa mercantil da Junta Comercial; devendo, no caso de a licitante ser a sucursal, filial ou agência, apresentar o registro da Junta onde opera com averbação no registro da Junta onde tem sede a matriz.
- b) **Contrato social** acompanhado de todas as alterações **ou** somente da última alteração, desde que se trate de contrato social consolidado, **devidamente registrado na Junta Comercial**, devendo, no caso da licitante ser a sucursal, filial ou agência, apresentar o registro da Junta onde opera com averbação no registro da Junta onde tem sede a matriz **acompanhado de cópias autenticadas do Rg e CPF do proprietário e sócios.**

28.2. - REGULARIDADE FISCAL e TRABALHISTA - A prova da regularidade fiscal será feita mediante a apresentação dos seguintes documentos:

- a) **Prova de inscrição no Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas – CNPJ**, podendo ser retiradas no site: www.receita.fazenda.gov.br;
- b) **Certidão Conjunta de Tributos Federais e Dívida Ativa da União**, podendo ser retirada no site: www.receita.fazenda.gov.br;
- c) **Certidão de Regularidade relativa ao Fundo de Garantia por Tempo de Serviço – FGTS**, emitida pela Caixa Econômica Federal, podendo ser retirada no site: www.caixa.gov.br;
- d) **Certidão de Regularidade de Débito Fiscal Estadual (CND)** específica para participar de licitações, do respectivo domicílio tributário, nos termos do Decreto nº 4.397, de 17/11/2004, ou equivalente, na hipótese de a licitante ser estabelecida em outra Unidade da Federação;
- e) **Certidão de Regularidade da Dívida Ativa do Estado, emitida pela Procuradoria-Geral do Estado de Mato Grosso – PGE/MT**, ou equivalente na hipótese de a licitante ser estabelecida em outra Unidade da Federação;
- f) **Certidão de Regularidade de Débito Municipal**, expedida pela prefeitura do respectivo domicílio tributário;

28.2.1. Certidão de Regularidade de Débitos Trabalhistas, expedida pela Justiça do Trabalho

28.2.2. Será aceita a apresentação de certidão única em substituição às Certidões constantes dos subitens “e” e “f”, nos casos em que o domicílio tributário da Licitante realizar a emissão de forma consolidada.

28.2.3. Não serão aceitos documentos cujas datas estejam ilegíveis ou rasuradas.

28.3. - QUALIFICAÇÃO TÉCNICA

28.3.1. As Empresas eventualmente interessadas em participar do certame licitatório deverão providenciar os seguintes documentos a título de QUALIFICAÇÃO TÉCNICA:

28.3.1.1. Certificado de qualificação técnica de funcionamento de que trata a Lei 12.232/2010, art. 4º e seu parágrafo primeiro, obtido perante o Conselho Executivo das Normas-Padrão (CENP);





ESTADO DE MATO GROSSO
**PREFEITURA MUNICIPAL DE CÁCERES SECRETARIA MUNICIPAL E ESPECIAL DE
ASSUNTOS ESTRATÉGICOS**

28.3.2. Uma ou mais declarações expedidas por pessoa jurídica de direito público ou privado, que atestem que a licitante prestou serviço de publicidade cujas atividades sejam similares, pelo menos, as do objeto deste Edital.

28.4. DA QUALIFICAÇÃO ECONÔMICO-FINANCEIRA

27.4.1. Certidão Negativa de Falência e Concordata expedida pelo distribuidor da sede da pessoa jurídica, datada de, no máximo, 30 (trinta) dias antes da data da abertura do certame, caso não apresente o seu prazo de validade.

Obs: Caso a Certidão seja Positiva de Recuperação, deverá a empresa apresentar a comprovação que seu Plano de Recuperação foi acolhido judicialmente, na forma do Art. 58 da Lei nº 11.101/2005, sob pena de inabilitação.

27.4.1.1. Atenção: Senhores licitantes, ao solicitar as Certidões de Falência e Concordata, ou Recuperação Judicial ou Extrajudicial, perante o Poder Judiciário do Estado De Mato Grosso, devem ser selecionadas as **opções AUTOR e RÉU**, para o cumprimento do Art. 69, II da Lei nº 14.133/2021. Para os licitantes dos demais estados, caso não contenha os termos acima, deverão certificar que as certidões expedidas em suas comarcas atestam a inexistência de ações de Falência e Concordata movidas ou em desfavor da empresa solicitante. Podendo o Agente de Contratação e/ou Pregoeiro realizar diligência a fim de verificar o atendimento da Lei Federal nº 14.133/2021, em vistas do art. 97 da Lei nº 11.101/05.

27.4.1.2. Índices de Liquidez Geral (LG), Solvência Geral (SG) e Liquidez Corrente (LC), superiores a 1 (um), comprovados mediante a apresentação pelo licitante de balanço patrimonial, demonstração de resultado de exercício e demais demonstrações contábeis **dos**

2 (dois) últimos exercícios sociais e obtidos pela aplicação das seguintes fórmulas:

I - Liquidez Geral (LG) = (Ativo Circulante + Realizável a Longo Prazo)/(Passivo Circulante + Passivo Não Circulante);

II - Solvência Geral (SG)= (Ativo Total)/(Passivo Circulante +Passivo não Circulante); e

III - Liquidez Corrente (LC) = (Ativo Circulante)/(Passivo Circulante).

7.4.1.4. Caso a empresa licitante apresente resultado inferior ou igual a 1 (um) em qualquer dos índices de Liquidez Geral (LG), Solvência Geral (SG) e Liquidez Corrente (LC)), será exigido para fins de habilitação [patrimônio líquido mínimo] de 5% do valor total de cada item.

27.4.1.5. As empresas criadas no exercício financeiro da licitação deverão atender a todas as exigências da habilitação e poderão substituir os demonstrativos contábeis pelo balanço de abertura. (Lei nº 14.133, de 2021, art. 65, §1º).

27.4.1.6. O balanço patrimonial, demonstração de resultado de exercício e demais demonstrações contábeis limitar-se-ão ao último exercício no caso de a pessoa jurídica ter sido constituída há menos de 2 (dois) anos. (Lei nº 14.133, de 2021, art. 69, §6º).





ESTADO DE MATO GROSSO
**PREFEITURA MUNICIPAL DE CÁCERES SECRETARIA MUNICIPAL E ESPECIAL DE
ASSUNTOS ESTRATÉGICOS**

27.4.1.7. Qualificação Econômico-Financeira. (Justificativa)

Ressalta-se que as exigências de habilitação relativas à qualificação econômico-financeira acima previstas e de acordo com o artigo 69 da Lei nº 14.133/21, têm a finalidade de viabilizar a aferição da situação financeira dos licitantes pela Administração. Dessa forma, será possível verificar se o interessado reúne condições indispensáveis para suportar as despesas relativas à satisfatória execução do objeto contratual, como dado objetivo de comprovação da qualificação econômico-financeira dos licitantes e para efeito de garantia ao adimplemento do contrato a ser ulteriormente celebrado, visando assegurar que a empresa contratada possa cumprir suas obrigações de curto e longo prazo, cumprindo as obrigações previstas no Edital e contrato, por se tratar de registro de preço o índice de 5% do valor de cada item, a Administração escolheu este valor por entender ser o mínimo a exigir de uma empresa para se manter um contrato, dentro de um nível de segurança e equilíbrio.

Ademais, com o objetivo de não restringir o universo de concorrentes, resolveu não exigir valor acima da unidade. Ante o exposto, a exigência do Edital nada mais fez que traduzir em critérios objetivos o disposto no art. 37, XXI, da Constituição Federal, ademais, os índices escolhidos foram democráticos, na medida em que estabelecem um “mínimo” de segurança na contratação.

Desta forma, atende plenamente a Lei Federal nº 14.133/21 limitando-se a exigir índices que demonstrem a capacidade financeira dos licitantes com vistas ao compromisso a ser assumido para plena execução do contrato.

Cáceres-MT,----- de junho de 2024.

JEREMIAS PEREIRA LEITE
Secretário Municipal Especial de Assuntos Estratégicos





ESTADO DE MATO GROSSO
PREFEITURA MUNICIPAL DE CÁCERES SECRETARIA MUNICIPAL E ESPECIAL DE
ASSUNTOS ESTRATÉGICOS

APENDICE I

ESTUDO TÉCNICO PRELIMINAR

CONTRATAÇÃO DE AGÊNCIA DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA ESPECIALIZADA NA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PLANEJAMENTO, CRIAÇÃO, PRODUÇÃO, DISTRIBUIÇÃO, VEICULAÇÃO, CONTROLE E ACOMPANHAMENTO DE CAMPANHAS E PEÇAS PUBLICITÁRIAS, A SEREM REALIZADOS NA FORMA DE EXECUÇÃO INDIRETA.





ESTADO DE MATO GROSSO
PREFEITURA MUNICIPAL DE CÁCERES SECRETARIA MUNICIPAL E ESPECIAL DE
ASSUNTOS ESTRATÉGICOS

ESTUDO TÉCNICO PRELIMINAR N° 01/2024

1. JUSTIFICATIVA DA AQUISIÇÃO

1.1 Necessidade a ser atendida

Considerando que o artigo 37, caput da Constituição Federal/1988 prescreve que a administração pública obedecerá ao princípio da publicidade, entre outros.

Atentando-se para o artigo 54, inciso I, da Lei nº 14.133/21, que exige a publicação de avisos contendo os resumos dos editais de licitação em jornal diário de grande circulação no Estado.

Considerando, por fim, a necessidade de que os atos administrativos concernentes às contratações públicas sejam levados a efeito de modo transparente e eficaz, a fim de possibilitar a utilização eficiente dos recursos públicos, torna-se imperioso, portanto, que o Prefeitura Municipal de Cáceres/MT disponha de meios propícios para a publicação de atos administrativos, razão pela qual, no entender da Secretaria de Administração, a contratação de empresa especializada na publicação de matérias/anúncios em jornais de grande circulação é de suma importância para o desenvolvimento das atividades-meio do PM, sobretudo no que toca à consecução das contratações públicas.

26.1. A comunicação realizada por uma instituição pública relaciona-se às disposições legais de um Estado de direito, que tem, dentre suas obrigações, fornecer aos cidadãos as informações indispensáveis ao funcionamento da sociedade, por meio da divulgação da oferta de serviços prestados e da prestação de contas de suas realizações.

26.2. A presente contratação tem por objetivo dar conhecimento à sociedade, de forma clara e transparente, das ações governamentais praticadas neste Município, no que se refere à administração do patrimônio público. Logo, a contratação de empresa prestadora de serviços de publicidade e propaganda é ferramenta essencial para o cumprimento dessa missão, razão pela qual se dá início a este processo licitatório.

26.3. A agência de publicidade ou agência de propaganda de acordo com a Lei nº 4.680/65, Artigo 3º, a Agência de Propaganda é pessoa jurídica especializada na arte e técnica publicitárias,





ESTADO DE MATO GROSSO
**PREFEITURA MUNICIPAL DE CÁCERES SECRETARIA MUNICIPAL E ESPECIAL DE
ASSUNTOS ESTRATÉGICOS**

que, através de especialistas, estuda, concebe e distribui propaganda aos Veículos de Divulgação, por ordem e conta de Clientes Anunciantes, com o objetivo de promover a venda de produtos e serviços, difundir ideias ou informar o público a respeito de organizações ou instituições colocadas a serviço desse mesmo público.

26.4. Além disso, o serviço de publicidade e propaganda é tratado pelos doutrinadores, em especial, Jessé Torres destaca que: *“A prestação de serviços de execução contínua é aquela cuja falta paralisa ou retarda o serviço de sorte a comprometer a correspondente função estatal ou paraestatal. (.) Cabe à Administração, diante das circunstâncias de cada caso e do interesse do serviço, decidir pela prorrogação dos serviços contínuos por até 60 meses.”*⁴

26.5. O fundamental direito à informação, possui escopo no inciso XXXIII do art. 5º; do parágrafo 3º do art. 37, bem como no parágrafo 2º do art. 216, todos da Constituição Federal, é viabilizado pelo princípio da publicidade, propiciando ao cidadão acesso aos dados que entender necessários à sua atuação, como agente político passivo.

26.6. O direito à informação pública é essencial para a prática da cidadania, sendo papel da esfera governamental, no campo da comunicação pública, promover a adequada compreensão pública das funções governamentais, fornecer informações contínuas a respeito da administração pública, bem como disponibilizar meios que ofereçam ao cidadão a oportunidade de influenciar a política e as ações do Governo.

26.7. Verificando exemplificativamente as campanhas que as Administrações Públicas municipais realizam normalmente, e a imperiosa necessidade de serem divulgadas aos cidadãos, pode-se constatar a importância de que a comunicação governamental não sofra solução de continuidade, pois constitui meio fundamental para persuadir o público a utilizar os serviços que lhe são disponibilizados pela Administração Pública (nos campos da saúde, da educação, da segurança entre outros) ou a assimilar determinadas ideias (aderir a uma causa social, por exemplo).

26.8. Essa necessidade de interação dos órgãos públicos com os cidadãos não é mera divulgação de dados, mas tem por fim incutir na mente das pessoas determinados dados, seja para educar, informar ou orientar a sociedade.

26.9. É de se lembrar que a publicidade governamental tem como fins, dentre outros, informar os cidadãos de seus direitos e deveres, bem como dar maior conhecimento sobre:

⁴ Comentários à Lei de Licitações e Contratações da Administração Pública, RJ: Renovar, 1994, p. 349, 351.





ESTADO DE MATO GROSSO
PREFEITURA MUNICIPAL DE CÁCERES SECRETARIA MUNICIPAL E ESPECIAL DE
ASSUNTOS ESTRATÉGICOS

- e) Os serviços públicos;
- f) Prestar contas e divulgar suas realizações;
- g) Dar maior visibilidade aos órgãos públicos;
- h) Promover e proteger a cidadania;

26.10. A mobilização da população em torno de esforços de prevenção e de combate aos problemas sociais, econômicos e sobretudo sanitários, campanhas essas inquestionavelmente revestidas de utilidade pública.

26.11. Deve-se lembrar que campanhas de promoção da saúde têm o intuito de promover hábitos saudáveis, fornecer orientações para o uso da infraestrutura de saúde, e gerar mobilização, individual ou coletiva em torno da saúde.

26.12. Reveste-se a atuação da Administração Pública de um caráter preventivo, justamente para evitar que lhe caiba remediar as situações de crise na saúde.

26.13. Como destacou o ministro do Tribunal de Contas da União, Benjamin Zymler: *“Ocorre que o serviço de publicidade, mesmo sendo divisível contratualmente, não o é para efeito de licitação, tanto da perspectiva econômica, quanto da de utilidade. Isto porque, além de ser dispendioso o lançamento de uma licitação para cada campanha, quando a necessidade de comunicação surge, em geral não se tem como esperar que o certame seja processado, sob pena de fazer a ação intempestiva. É próprio da informação publicitária o aproveitamento de oportunidades. (Acórdão n. 3233/2010 – Plenário)”*.

26.14. Lembramos ainda a lição do douto professor Diógenes Gasparini, segundo o qual: *“serviço de execução contínua é o que não pode sofrer solução de continuidade na prestação que se alonga no tempo, sob pena de causar prejuízos à Administração pública que dele necessita. Por ser de necessidade perene para a Administração Pública, é atividade que não pode ter sua execução paralisada, sem acarretar-lhe danos. É, em suma, aquele serviço cuja continuidade da execução a Administração Pública não pode dispor, sob pena do comprometimento do interesse público.”*⁵

26.15. O Tribunal de Contas da União, em seu abalizado manual Licitações & Contratos⁶ orienta para que o prazo de contrato para prestação de serviços contínuos possa ser estabelecido para um determinado período, além de não ser necessário coincidir a vigência com o ano civil, e

⁵Prazo e Prorrogação de Serviço Continuado”, Revista Diálogo Jurídico, Salvador (BA), 14, jun./ago., 2002, p. 2.

⁶Tribunal de Contas da União, 3ª ed., p. 336 e 337 – disponível em http://portal2.tcu.gov.br/portal/page/portalTCU/comunidades/licitacoes_contratos.





ESTADO DE MATO GROSSO
**PREFEITURA MUNICIPAL DE CÁCERES SECRETARIA MUNICIPAL E ESPECIAL DE
ASSUNTOS ESTRATÉGICOS**

prorrogado, por iguais e sucessivos períodos, a fim de obter preços e condições mais vantajosos até o limite de sessenta meses, desde que:

- O edital e o contrato estabeleçam expressamente a condição de prorrogação;
- A prorrogação não altere o objeto e o escopo do contrato;
- O preço contratado esteja em conformidade com o de mercado e, portanto, seja vantajoso para o contratante;
- A condição vantajosa da prorrogação esteja devidamente justificada nos autos do processo administrativo.

A Fundamentação da Contratação e de seus quantitativos encontra-se pormenorizada em tópico específico do presente Estudo Técnico Preliminar.

1.2 Partes interessadas/público-alvo

São partes interessadas na presente contratação as unidades que compõem a Prefeitura Municipal de Cáceres, ou seja, todas as Secretarias, com vistas a publicação de atos administrativos e judiciais, sobretudo os atos relativos a licitações e contratações públicas, serviços públicos prestados, divulgação de anúncios, publicidade de eventos, outras atividades realizadas pela Prefeitura de Cáceres – MT.

Basta atentar para as diversas áreas de interesse da Administração Pública para a solução de problemas sociais de que são acometidas as populações das cidades brasileiras: na SAÚDE, SANEAMENTO, ARRECADAÇÃO DE TRIBUTOS, DEFESA CIVIL, ASSISTÊNCIA SOCIAL, ORDENAMENTO URBANO, EDUCAÇÃO, MOBILIDADE URBANA e DESPORTOS, propagação do TURISMO e CULTURA LOCAL, dentre outros.

1.3 Alinhamento entre a necessidade da contratação e o planejamento estratégico do PM

Atendimento às necessidades dos servidores e usuários da Prefeitura ao encontro do negócio institucional, não apresentando conflito com o Planejamento Estratégico Institucional e Resoluções ou com objetivos organizacionais relacionados à gestão das aquisições e contratações. A necessidade desta contratação encontra-se respaldada no artigo 54, inciso I, da Lei nº14.133/21.





ESTADO DE MATO GROSSO
**PREFEITURA MUNICIPAL DE CÁCERES SECRETARIA MUNICIPAL E ESPECIAL DE
ASSUNTOS ESTRATÉGICOS**

2. REQUISITOS DA SOLUÇÃO

Com o objetivo de cumprir com a demanda, a empresa a ser contratada deverá cumprir requisitos como dispor de profissionais devidamente treinados e qualificados para a realização das publicações, bem como providenciar que a matéria enviada pelas Secretarias da Prefeitura de Cáceres – MT seja publicada de acordo com o disposto no termo de referência.

Deverá deter expertise em utilização de materiais, ferramentas e equipamentos necessários à realização dos serviços contratados.

3. LEVANTAMENTO DAS OPÇÕES DISPONÍVEIS

Os serviços de publicações de atos, administrativos e matérias afins, de interesse do Prefeitura Municipal de Cáceres do Estado de Mato Grosso a serem executados serão contratados por meio de procedimento licitatório, observando os dispositivos legais, notadamente a Lei n. 14.133/2021, bem como as demais normas pertinentes.

3.1. histórico da aquisição

Os serviços objeto deste Estudo Técnico Preliminar atualmente não são prestados.

3.2. Identificação das opções disponíveis

Foram analisadas contratações similares feitas por outros órgãos, por meio de consultas a outros Estudos Técnicos Preliminares – ETP's, com o objetivo de identificar a existência de novas metodologias, tecnologias ou inovações que melhor atendessem às necessidades da Administração, sendo que, as identificadas, foram incorporadas na contratação em análise.

A existência de várias empresas do ramo no mercado, assim como a prática comum da atividade, caracteriza que se trata de serviço que não possui restrição no mercado.

3.3. Adequação do ambiente





ESTADO DE MATO GROSSO
**PREFEITURA MUNICIPAL DE CÁCERES SECRETARIA MUNICIPAL E ESPECIAL DE
ASSUNTOS ESTRATÉGICOS**

Por se tratar de serviço comum, não se vislumbram necessidades específicas de adequação dos ambientes.

3.4. Custo e benefício das opções disponíveis

A solução que atende as necessidades da Administração em **CONTRATAÇÃO DE AGÊNCIA DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA ESPECIALIZADA NA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PLANEJAMENTO, CRIAÇÃO, PRODUÇÃO, DISTRIBUIÇÃO, VEICULAÇÃO, CONTROLE E ACOMPANHAMENTO DE CAMPANHAS E PEÇAS PUBLICITÁRIAS, A SEREM REALIZADOS NA FORMA DE EXECUÇÃO INDIRETA**, com vigência inicial de 12 (doze) meses, podendo ser prorrogada por iguais e sucessivos períodos, limitada a 60 (sessenta) meses.

Quanto à forma de contratação, a opção escolhida é **CONCORRÊNCIA**, melhor técnica e preço.

Quanto ao fornecimento de equipamentos e materiais para a prestação dos serviços, a opção escolhida é a de que a empresa utilize seus próprios equipamentos e materiais necessários para a execução do serviço.

3.5. DA DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA

As despesas decorrentes da execução do presente Termo de Referência correrão à conta de recursos próprios do orçamento vigente, alocado sob a classificação funcional:

Órgão/Unidade	Funcional-Programática	Natureza da Despesa	Fonte de Recursos
020201	2013	3.3.90	1.1.500

3.5.1. A estimativa de custo levou em consideração o risco envolvido na contratação e sua alocação entre contratante e contratado, conforme especificado na matriz de risco constante do Contrato.

4. INDICAÇÃO DA SOLUÇÃO MAIS ADEQUADA





ESTADO DE MATO GROSSO
PREFEITURA MUNICIPAL DE CÁCERES SECRETARIA MUNICIPAL E ESPECIAL DE
ASSUNTOS ESTRATÉGICOS

A solução que melhor atende as necessidades da Prefeitura Municipal de Cáceres/MT, é a **CONTRATAÇÃO DE AGÊNCIA DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA ESPECIALIZADA NA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PLANEJAMENTO, CRIAÇÃO, PRODUÇÃO, DISTRIBUIÇÃO, VEICULAÇÃO, CONTROLE E ACOMPANHAMENTO DE CAMPANHAS E PEÇAS PUBLICITÁRIAS, A SEREM REALIZADOS NA FORMA DE EXECUÇÃO INDIRETA**, de acordo com as especificações e exigências estabelecidas no Termo de Referência que balizará o processo licitatório.

Os serviços a contratar visam atender a necessidade Prefeitura Municipal de Cáceres/MT de forma permanente, contínua e por mais de um exercício financeiro, assegurando a integridade do patrimônio público e o necessário funcionamento das atividades da Licitação, de modo a manter a competente prestação jurisdicional, missão institucional da Administração Pública.

5. QUANTIFICAÇÃO DOS SERVIÇOS

- 28 JUSTIFICATIVA DO QUANTITATIVO E VALOR ESTIMADO PARA NOVA LICITAÇÃO
29 AGENCIA DE PUBLICIDADE.
30 Considerando os resultados obtidos no exercício anterior, principalmente em relação as campanhas de arrecadação que contribuíram para que o município de Cáceres encerrasse o exercício de 2023 com um superávit de R\$ 25.708.451,17.
31 Considerando que o contrato vigente foi pensado para atender todas as demandas do município, tanto para atender as secretarias Municipais de Saúde, Educação e Turismo, houve-se a necessidade de aditar o contrato 122-2023 em 25%.
32 Quantitativo do valor: **R\$ 1.500.000,00 (Um milhão e Quinhentos mil reais)**.
33 Considerando o quantitativo informado, foi pensado para atender as ações institucionais, consequentemente de todas as secretarias pertencentes ao município de Cáceres.
34 Considerando as despesas decorrentes de publicidade no exercício anterior;
35 Considerando o valor estimado constante no anexo V, do termo de referência;
Ante o exposto justificamos o quantitativo e valor estimado do presente processo.

1. INDICADORES DE DESEMPENHO DA AQUISIÇÃO

Relatório de publicação: A cada 30 (trinta) dias deverá ser apresentado um relatório contendo todas as publicações realizadas neste período. Caso o relatório apresente alguma inconsistência, será solicitado novo relatório.

Aferição do Fiscal: A aferição da quantidade e da qualidade será realizada pelo Fiscal, que ratificará ou solicitará a elaboração de novo relatório de publicações. Apresentada a nota fiscal
Av. Brasil, nº 119 - Centro Operacional de Cáceres – COC, Bairro: Jardim Celeste – CEP 78.200-000 Cáceres – MT, Brasil PABX: (065) 3223-1500 / FAX 3223-4044 - www.caceres.mt.gov.br





ESTADO DE MATO GROSSO
**PREFEITURA MUNICIPAL DE CÁ CERES SECRETARIA MUNICIPAL E ESPECIAL DE
ASSUNTOS ESTRATÉGICOS**

juntamente com toda a documentação que a deve acompanhar, deverá o fiscal atestar a regular realização dos serviços ali especificados. Serão observados os prazos contidos no Termo de Referência, parte integrante do Contrato.

Assinado por 2 pessoas: LEILIANE MUNIZ FONSECA e CLAUDIO HENRIQUE DONATONI
Para verificar a validade das assinaturas, acesse <https://caceres.1doc.com.br/verificacao/3A48-B91A-73F4-3C43>





ESTADO DE MATO GROSSO
**PREFEITURA MUNICIPAL DE CÁCERES SECRETARIA MUNICIPAL E ESPECIAL DE
ASSUNTOS ESTRATÉGICOS**

Identificação de Irregularidades: Havendo necessidade de complementação dos documentos, de retificação da nota fiscal ou de regularização de algum dos documentos que a devem acompanhar, o fiscal notificará a Contratada para que o faça no período de até 5 (cinco) dias úteis;

Avaliação da qualidade dos serviços: A avaliação mensal dos serviços será realizada por meio da verificação da prestação dos serviços, conforme descrito no Termo de Referência e no Contrato, avaliando o prazo da publicação e qualidade da digitalização e impressão.

2. INDICAÇÃO DAS RESTRIÇÕES INTERNAS E DAS PROVIDÊNCIAS A SEREM ADOTADAS PREVIAMENTE À CELEBRAÇÃO DO CONTRATO

A contratação dos serviços objeto deste estudo preliminar e de suma importância para Prefeitura Municipal de Cáceres/MT, buscando-se resultados positivos, produtividade com ganhos de eficiência na qualidade da prestação dos serviços e cumprimento das obrigações contratuais.

Necessário salientar, que no termo contratual serão estabelecidas todas as obrigações da Contratante e da Contratada, contendo os direitos e deveres de cada parte.

Por se tratar de contratação de solução em continuidade, a equipe não vislumbrou nenhuma restrição interna de caráter técnico, operacional, regulamentar, financeiro e orçamentário, que possam dificultar a implementação da solução a ser contratada.

3. VIGÊNCIA DA AQUISIÇÃO

A presente contratação terá o prazo de até 05 (cinco) anos, eis que se trata de prorrogação sucessiva de contratos de serviços e fornecimento contínuos, mediante previsão no edital e demonstração de vantajosidade e qualidade na prestação dos serviços, conforme Leis nº 14.133/21.

4. FUNDAMENTAÇÃO LEGAL

- Constituição Federal de 1988;
- Lei nº 14.133/21;
- Lei nº 12.232/2010.





ESTADO DE MATO GROSSO
**PREFEITURA MUNICIPAL DE CÁ CERES SECRETARIA MUNICIPAL E ESPECIAL DE
ASSUNTOS ESTRATÉGICOS**

5. DO TIPO DE DISPUTA:

10.1. A licitação se dará na modalidade Concorrência Pública, tipo Técnica e Preço, na forma presencial em atendimento aos critérios exigidos na Lei 12.232/2010.

6. CONCLUSÃO DO GESTOR

Considerando o cumprimento a Lei nº 14.133/21 no que se refere as publicações, com vigência inicial de 12 (doze) meses, podendo ser prorrogada por iguais e sucessivos períodos, limitada a 60 (sessenta) meses., para que se produza os resultados pretendidos.

Cáceres, 26 de Março de 2024.

JEREMIAS PEREIRA LEITE
Secretário Municipal Especial de Assuntos Estratégicos





ESTADO DE MATO GROSSO
PREFEITURA MUNICIPAL DE CÁCERES SECRETARIA MUNICIPAL E ESPECIAL DE
ASSUNTOS ESTRATÉGICOS

ANEXO II
MAPA DE RISCOS

GERENCIAMENTO DE RISCO

Assim como toda contratação, vislumbram-se alguns riscos em curso na presente contratação. Não se incluem, neste mapa de riscos, aqueles voltados à gestão do contrato e execução dos serviços, mas apenas os que tangiam o processo que permeia até a formalização da contratação.

DESCRIÇÃO DO OBJETO

CONTRATAÇÃO DE AGÊNCIA DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA ESPECIALIZADA NA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PLANEJAMENTO, CRIAÇÃO, PRODUÇÃO, DISTRIBUIÇÃO, VEICULAÇÃO, CONTROLE E ACOMPANHAMENTO DE CAMPANHAS E PEÇAS PUBLICITÁRIAS, A SEREM REALIZADOS NA FORMA DE EXECUÇÃO INDIRETA, PARA A DIVULGAÇÃO DE TRABALHOS INSTITUCIONAIS DA PREFEITURA MUNICIPAL DE CÁCERES-MT.

1. Planejamento

Risco 01	Risco:	Selecionar equipe inadequada para o planejamento da contratação	
	Probabilidade:	Média	
	Impacto:	Médio	
	Dano 1:	Realizar matérias, divulgações e informações incompletas ou imprecisas, podendo ocasionar prejuízos na contratação.	
	Id	Ação Preventiva	Responsável
	1	Escolher equipe com conhecimentos suficientes para elaboração dos produtos e materiais de mídia em tempo hábil, para que não haja prejuízos durante a fase de planejamento.	Equipe Técnica da Secretaria Municipal de Assuntos Estratégicos – Setor Comunicação.
	Id	Ação de Contingência	Responsável
	1	Substituir membros da equipe técnica que não estejam tendo rendimento.	Secretário Municipal de Assuntos Estratégicos – Setor Comunicação.
	2	Designar membros com mais experiência em elaboração de estudo e contratação pública.	Secretaria Municipal de Administração.

Risco 02	Risco:	Quantificação inadequada da demanda
	Probabilidade:	Média
	Impacto:	Alto





ESTADO DE MATO GROSSO
PREFEITURA MUNICIPAL DE CÁCERES SECRETARIA MUNICIPAL E ESPECIAL DE
ASSUNTOS ESTRATÉGICOS

	Dano 1:		Realizar estudo falho, impreciso que impactaria na execução do objeto da contratação.
	Id	Ação Preventiva	Responsável
	1	Escolher equipe técnica com conhecimentos e experiência para quantificar de forma precisa os insumos que serão gastos.	Equipe Técnica da Secretaria Municipal de Assuntos Estratégicos – Setor Comunicação.
	Id	Ação de Contingência	Responsável
	1	Substituir membros da equipe técnica que não estejam tendo rendimento.	Secretário Municipal de Assuntos Estratégicos – Setor Comunicação.
	2	Designar membros com mais experiência em elaboração de estudo e contratação pública.	Secretário Municipal de Assuntos Estratégicos – Setor Comunicação.

Risco 03	Risco:	Estimativa de preço inadequada	
	Probabilidade:	Baixa	
	Impacto:	Alto	
	Dano 1:	Realizar o processo licitatório e a empresa contratada para execução do objeto não demonstrar capacidade financeira para cumprir. Contratar o serviço com preço superior ao praticado no mercado causando prejuízo ao erário.	
	Id	Ação Preventiva	Responsável
	1	Utilizar o banco de preços pra contado do item a ser contratado.	Secretaria Municipal de Administração.
	2	Utilizar ampla pesquisa de mercado para parametrizar os valores a serem contratados	Secretaria Municipal de Administração.
	Id	Ação de Contingência	Responsável
	1	Revisar os preços contratados, verificar se trata de objeto similar. Solicitar nova cotação caso não seja aceita.	Secretaria Municipal de Administração.

Risco 04	Risco:	Especificação Insuficiente para os serviços	
	Probabilidade:	Baixa	
	Impacto:	Alto	
	Dano 1:	Serviços sendo prestados de forma que não abrange todas as necessidades institucionais.	
	Id	Ação Preventiva	Responsável
	1	Revisão de cada cláusula de obrigações da contratada e forma de prestação do serviço comparando com contratações similares históricas.	Secretário Municipal de Assuntos Estratégicos – Setor Comunicação.
	Id	Ação de Contingência	Responsável



ESTADO DE MATO GROSSO
PREFEITURA MUNICIPAL DE CÁCERES SECRETARIA MUNICIPAL E ESPECIAL DE
ASSUNTOS ESTRATÉGICOS

	Estudar o grau de insuficiência e refletir sobre a vantajosidade na rescisão contratual e abertura de novo processo licitatório.	Equipe de Fiscalização – Setor Comunicação.
--	--	---

2. Seleção do(s) Fornecedor(s)

Risco 01	Risco:	Inaptidão da contratada para atender o objeto licitado	
	Probabilidade:	Média	
	Impacto:	Alto	
	Dano 1:	Incapacidade operacional da contratada em atender as demandas.	
	Id	Ação Preventiva	Responsável
	1	O Edital deve prever a exigência de atestado de capacidade técnica compatível com o objeto a ser licitado em quantidade e complexidade	Secretário Municipal de Assuntos Estratégicos – Setor Comunicação.
	2	Capacitar pregoeiro e equipe de apoio do pregão	Secretário Municipal de Administração
	Id	Ação de Contingência	Responsável
	1	Fazer notificações a empresa, aplicar sanções	Fiscal de Contrato, Secretário Municipal de Assuntos Estratégicos e PGM.
	2	Planejamento para uma nova contratação e rescisão do atual contrato	Secretário Municipal de Assuntos Estratégicos – Setor Comunicação.

Risco 02	Risco:	Especificação inadequada no Edital e Anexos	
	Probabilidade:	Baixa	
	Impacto:	Alto	
	Dano 1:	Edital e anexos com redação inadequada.	
	Id	Ação Preventiva	Responsável
	1	Revisão do Edital e anexos.	Controladoria e Procuradoria Geral do Município (CGM E PGM)
	Id	Ação de Contingência	Responsável
	1	Revogação/anulação da licitação	Secretário Municipal de Assuntos Estratégicos – Setor Comunicação.
	2	Cancelamento da Contratação	

3. Gestão de contrato

	Risco:	Fiscalização ineficiente do contrato
--	--------	--------------------------------------



ESTADO DE MATO GROSSO
PREFEITURA MUNICIPAL DE CÁCERES SECRETARIA MUNICIPAL E ESPECIAL DE
ASSUNTOS ESTRATÉGICOS

Risco 01	Probabilidade:	Baixa	
	Impacto:	Médio	
	Dano 1:	Falta de fiscalização no objeto contratado	
	Id	Ação Preventiva	Responsável
	1	Capacitação do fiscal do contrato	Secretário Municipal de Assuntos Estratégicos – Setor Comunicação.
	2	Fiscal de contrato com tempo hábil para desempenhar as funções de fiscalização	Fiscal de Contrato
	3	Acompanhamento das atividades do fiscal de contrato	Secretário Municipal de Assuntos Estratégicos – Setor Comunicação.
	4	Documentar o acompanhamento da fiscalização nos autos do processo	Fiscal de Contrato
	Id	Ação de Contingência	Responsável
	1	Verificar se está sendo feita a real fiscalização do contrato	Secretário Municipal de Assuntos Estratégicos – Setor Comunicação.

Risco 02	Risco:	Obrigações contratuais descumpridas	
	Probabilidade:	Média	
	Impacto:	Alta	
	Dano 1:	Descumprimento das obrigações contratuais pela contratada	
	Id	Ação Preventiva	Responsável
	1	Previsão de garantia contratual no Edital e anexos	Secretário Municipal de Assuntos Estratégicos – Setor Comunicação.
	2	Solicitação/exigência de garantia contratual	
	3	Acompanhamento da execução do contrato em relação ao cumprimento das obrigações contratadas	Fiscal de Contrato
	Id	Ação de Contingência	Responsável
	1	Notificar a empresa pelo descumprimento das obrigações	Fiscal de Contrato
		Proceder abertura de processo administrativo e aplicação de sanções administrativas	Secretário Municipal de Assuntos Estratégicos – Setor Comunicação.
		Planejamento para uma nova contratação e rescisão do atual contrato.	Secretário Municipal de Assuntos Estratégicos – Setor Comunicação.

Cáceres-MT, XX de XXXX de 2024.





ESTADO DE MATO GROSSO
**PREFEITURA MUNICIPAL DE CÁ CERES SECRETARIA MUNICIPAL E ESPECIAL DE
ASSUNTOS ESTRATÉGICOS**

Equipe Técnica da Secretaria Municipal de Assuntos Estratégicos

Assinatura

Nome





VERIFICAÇÃO DAS ASSINATURAS



Código para verificação: 3A48-B91A-73F4-3C43

Este documento foi assinado digitalmente pelos seguintes signatários nas datas indicadas:



LEILIANE MUNIZ FONSECA (CPF 021.XXX.XXX-60) em 19/09/2025 17:58:20 GMT-04:00

Papel: Parte

Emitido por: Sub-Autoridade Certificadora 1Doc (Assinatura 1Doc)



CLAUDIO HENRIQUE DONATONI (CPF 035.XXX.XXX-75) em 19/09/2025 17:59:35 GMT-04:00

Papel: Parte

Emitido por: Sub-Autoridade Certificadora 1Doc (Assinatura 1Doc)

Para verificar a validade das assinaturas, acesse a Central de Verificação por meio do link:

<https://caceres.1doc.com.br/verificacao/3A48-B91A-73F4-3C43>



Estado de Mato Grosso
PREFEITURA MUNICIPAL DE CÁCERES

Ofício nº 1.683/2025-GP/PMC

Cáceres - MT, 22 de setembro de 2025.

A Sua Excelência o Senhor
VER. FLÁVIO ANTÔNIO LARA SILVA
Presidente da Câmara Municipal de Cáceres
Rua Coronel José Dulce, esq. Rua Gal Osório
Cáceres – MT - CEP 78210-056

Ref.: Protocolo 19.624/2025

Senhor Presidente:

Acusamos o recebimento do Ofício n. 0894/2025 – SL/CMC, através do qual essa Colenda Câmara encaminha-nos o Requerimento nº 194/2025, de autoria do ilustre vereador, **Marcos Ribeiro** (PSD), que requer informações referentes gastos com campanhas de mídia na área da saúde.

Em resposta, vimos, desta feita, encaminhar a Vossa Excelência as informações prestadas pela Secretaria Municipal de Saúde, constantes do Expediente datado de 19/09/2025, e documentos acostados, cópias anexas.

Atenciosamente.

ANTÔNIA ELIENE LIBERATO DIAS
Prefeita de Cáceres

Assinado por 1 pessoa: ANTONIA ELIENE LIBERATO DIAS
Para verificar a validade das assinaturas, acesse <https://caceres.1doc.com.br/verificacao/1B34-9C08-28E3-2BFC>





VERIFICAÇÃO DAS ASSINATURAS



Código para verificação: 1B34-9C08-28E3-2BFC

Este documento foi assinado digitalmente pelos seguintes signatários nas datas indicadas:



ANTONIA ELIENE LIBERATO DIAS (CPF 566.XXX.XXX-49) em 23/09/2025 10:55:05 GMT-04:00

Papel: Parte

Emitido por: Sub-Autoridade Certificadora 1Doc (Assinatura 1Doc)

Para verificar a validade das assinaturas, acesse a Central de Verificação por meio do link:

<https://caceres.1doc.com.br/verificacao/1B34-9C08-28E3-2BFC>

Protocolo 1- 1.594/2025

De: Joice G. - DCAT

Para: DAL - DEPARTAMENTO DE ASSUNTOS LEGISLATIVOS

Data: 23/09/2025 às 12:19:44

Setores (CC):

GAB-VER, DAL

Encaminhado resposta ao Ofício n. 0894/2025 – SL/CMC, o qual essa casa encaminha cópia do Requerimento nº 194/2025 de autoria do vereador Marcos Ribeiro.

At.te,

—

Joice Aparecida Guerra

assessora de gabinete 1