

000004



PREFEITURA DE  
**RONDONÓPOLIS**  
COMPROMISSO COM A MUDANÇA

**Estudo Técnico Preliminar**

**ESTUDO TÉCNICO PRELIMINAR**

**Processo Administrativo nº XXX/2025**

**Contratação de Serviços de Publicidade a serem prestados por intermédio de até 04 (quatro) agências de propaganda para atender as demandas da Secretaria Municipal de Governo, da Prefeitura Municipal de Rondonópolis-MT.**

Área Requisitante:

Secretaria Municipal de Governo

**Clayton Esteriz Rezende Borges**  
Chefe de Gabinete de Comunicação Social  
Prefeitura Municipal de Rondonópolis  
Portaria nº 38.270/2025



## **1. DESCRIÇÃO DA NECESSIDADE DA CONTRATAÇÃO**

1.1 O presente Estudo Técnico Preliminar, tem por finalidade a Contratação de serviços especializados de publicidade, a serem prestados por intermédio de 04 (quatro) agências de publicidade, com vistas a atender as necessidades da comunicação publicitária do município, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e supervisão da execução externa e a distribuição de ações publicitárias junto a públicos de interesse, conforme especificações constantes neste estudo.

## **2. NORMATIVOS QUE REGULAMENTAM A CONTRATAÇÃO DOS SERVIÇOS**

- Lei 14.133 de 01 de abril de 2021
- Lei 12.232 de 29 de abril de 2010
- Lei 4.680 de 18 de junho de 1965
- § 1º do Art. 37 da Constituição Federal

## **3. JUSTIFICATIVA DA NECESSIDADE DA CONTRATAÇÃO**

3.1 A contratação de agência de publicidade e propaganda, se torna indispensável, para a divulgação dos atos da administração pública, de forma clara, objetiva, impessoal e transparente, buscando assim levar ao conhecimento da coletividade, todas as ações desenvolvidas pelo município.

3.2 A comunicação é um pilar fundamental para a democracia, pois ela permite que a população compreenda como as decisões são tomadas no âmbito da administração pública municipal. Analisando esse contexto, compreendemos a comunicação como um instrumento estratégico para a atração de novos investimentos, gerando assim, o interesse em potenciais investidores. Para cumprir tal objetivo, é imprescindível a utilização de diversos canais de divulgação, tanto os tradicionais já existentes, quanto digitais.

3.3 A linguagem utilizada nas peças publicitárias deve ser clara e objetiva, destacando os benefícios e oportunidades oferecidas pelo município, despertando assim o interesse da população e promovendo uma maior participação dos mesmos, nos processos e trabalhos da administração pública. É fundamental que a comunicação seja transparente e verídica, em consonância com os princípios da administração pública.



## Estudo Técnico Preliminar

3.4 A elaboração de um planejamento estratégico, bem definido, com objetivos claros a ser atingido, público-alvo, orçamento e cronograma de execução, são essenciais para uma prestação de serviço de qualidade.

3.5 Logo, uma comunicação publicitária, quando bem estruturada, pode se configurar como uma poderosa ferramenta não só para informar, mas também para orientar e aproximar os cidadãos da administração pública como também promover o desenvolvimento socioeconômico de Rondonópolis, atraindo novos investimentos e fomentando a competitividade de Rondonópolis, no cenário nacional e internacional.

3.6 Assim sendo, torna-se essencial a contratação de serviços de publicidade para a criação e veiculação de campanhas que promovam:

**3.6.1 A promoção do relacionamento com o público a visibilidade das ações:** Ampliando as ações de publicidade e propaganda, que aproximem e promovam uma maior participação da população, através da divulgação das atividades desenvolvidas.

**3.6.2 O desenvolvimento econômico local:** Desenvolvendo uma divulgação eficaz das oportunidades de negócios, incentivos fiscais e ações relevantes, para atrair novos investimentos.

**3.6.3 Ações que fortaleçam a democracia:** Estimulando um diálogo aberto e construtivo, entre a administração pública e a comunidade, promovendo uma maior participação na busca por soluções de interesse comum.

**3.6.4 A geração de emprego e renda:** Garantindo que as informações sobre os programas de qualificação profissional, geração de emprego e renda e incentivos ao empreendedorismo, bem como a abertura de novas empresas e oportunidades de trabalho, cheguem até o cidadão, de forma ampla e diversificada.

**3.6.5 A promoção do turismo e do comércio local:** Promovendo uma maior visibilidade das atrações turísticas da cidade, através de eventos e iniciativas que valorizem a cultura local, bem como o comércio local.

**3.6.6 A melhoria da qualidade de vida da população:** Impulsionando o acesso as informações sobre os serviços públicos e investimentos em infraestrutura, oferecidos pelo município, viabilizando o acesso por parte da população a esses serviços e consequentemente melhorando a qualidade de vida de cada um.

## 4. DESCRIÇÃO DOS REQUISITOS NECESSÁRIOS E SUFICIENTES À ESCOLHA DA SOLUÇÃO, PREVENDO OS CRITÉRIOS E PRÁTICAS DE SUSTENTABILIDADE

Deilson Esteriz Rezende Botelho  
Secretário de Comunicação Social  
Rondonópolis - MT



## Estudo Técnico Preliminar

4.1 Com base no art. 6º, inciso XXXVIII, da Lei nº 14.133/2021, a presente contratação será realizada por meio de licitação, na Modalidade de **Concorrência Presencial do tipo Técnica e Preço**, visando os melhores e mais adequados mecanismos de contratação, conciliando a excelência na prestação do serviço, bem como o princípio da vantajosidade para a administração pública. A escolha dessa modalidade permite-se garantir que a execução do objeto contratado, seja com qualidade e melhor custo-benefício, já que esse critério de julgamento, leva em consideração tanto o preço, quanto a qualidade técnica.

4.2 O julgamento presencial, da capacidade técnica, realizado por uma sub-comissão técnica especializada, garante a imparcialidade, transparência e a segurança do processo, evitando vícios e irregularidades. Além disso, a modalidade Concorrência Presencial permite a inclusão de critérios de inovação e sustentabilidade na avaliação das propostas, conforme previsto na Lei 14.133/2021.

4.3 O sigilo da autoria da proposta técnica durante a fase de avaliação, será assegurado mediante a utilização do invólucro apócrifo, conforme previsto na Lei 12.232/2010, evitando qualquer tipo de intervenção indevida no julgamento das propostas.

4.4 As interessadas em participar da licitação deverão atender todas as exigências do edital. A capacidade técnica será avaliada, pela Sub-comissão Técnica, com base no que está previsto na Lei 12.232/2010, em relação a experiência da empresa em campanhas de publicidades semelhantes, na qualificação da equipe técnica, no portfólio de trabalhos desenvolvidos, certificações e atestados de qualidade exigidos.

4.5 A contratação da empresa vencedora do certame, será realizada por meio de contrato, podendo ser prorrogado, com fulcro no art. 106, da Lei 14.133/2021, por ser os serviços de publicidade considerados de natureza continuada.

4.6 Não há a necessidade de transferência de conhecimento por parte da contratada para a administração pública, considerando a natureza do serviço a ser contratado.

4.7 Ainda que a contratação, em questão, gere um baixo impacto ambiental, a administração pública incentiva o uso de materiais reciclados na produção das peças publicitárias, bem como a escolha de

veículos de mídia com menor impacto ambiental e adoção de práticas sustentáveis por parte das empresas, garantindo

*Esten Esteriz Rezende Borges*  
Chefe de Departamento de Comunicação Social  
Município de Rondonópolis

assim o bem-estar da coletividade.

## **5. REQUISITOS DA CONTRATAÇÃO**

5.1 Natureza da Contratação: Comum, Serviços de Publicidade.

5.2 Quantidade de agências a serem contratadas: 04 (quatro).

5.3 Validade do contrato: 01 (um) ano, podendo ser prorrogado em até 05 (cinco) anos, conforme os termos do art. 106 da Lei 14.133/2021.

5.4 Sustentabilidade: Não se aplica.

5.5 Transição Contratual: Não se aplica.

5.6 Conformidade legal e normativa: As especificações dos serviços a serem contratados, encontram-se em consonância com a Lei 12.232/2010 e com as Normas Padrão das atividades publicitárias, visando garantir que os serviços contratados atendam os padrões de qualidade, promovendo assim a transparência das ações desenvolvidas pela administração pública.

## **6. LEVANTAMENTO DE MERCADO, QUE CONSISTE NA PROSPECÇÃO E ANÁLISE DAS ALTERNATIVAS POSSÍVEIS DE SOLUÇÕES**

6.1 Para a contratação pretendida, considerando a existência de um mercado extremamente competitivo, no que tange os serviços de publicidade, caracterizado pela realização de inúmeras licitações semelhantes em todo o território nacional, a modalidade concorrência presencial se apresenta como a mais adequada, garantindo assim a identificação de novas tecnologias e inovações, que melhor atendam as necessidades da administração pública.

6.2 Contratações similares feitas por outros órgãos:

**Clayton Esteriz Rezende Borges**  
Chefe do Gabinete de Comunicação Social  
Prefeitura Municipal de Rondonópolis  
Avenida Duque de Caxias, 1000, Vila Aurora, CEP 78740-022.



PREFEITURA DE  
**RONDONÓPOLIS**  
COMPROMISSO COM A MUDANÇA

## Estudo Técnico Preliminar

|                                                                                                                                                                                                                                                    |                                     |                                                    |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------|----------------------------------------------------|
| Contratação de 05 (cinco) Agências de Publicidade para a prestação de serviços técnicos de publicidade visando a elaboração de projetos e campanhas do Governo do Estado de Mato Grosso.                                                           | CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº<br>001/2023 | SECRETARIA DE ESTADO DE COMUNICAÇÃO DE MATO GROSSO |
| Contratação de até 3 (três) agências de propaganda, para a prestação de serviço de publicidade para a Câmara Municipal de Cuiabá.                                                                                                                  | CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº<br>001/2024 | CÂMARA MUNICIPAL DE CUIABÁ/MATO GROSSO             |
| Contratação de 05 (cinco) agências de publicidade para a prestação de serviços técnicos de publicidade a serem executados por intermédio de agência de propaganda a fim de atender as demandas da Assembleia Legislativa do Estado de Mato Grosso. | CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº<br>002/2023 | ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ESTADO DE MATO GROSSO    |
| Contratação de serviços de publicidade, a serem prestados por intermédio de até 03 (três) agências de propaganda, para atender as demandas do Estado de Goiás.                                                                                     | CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº<br>001/2024 | SECRETARIA DE ESTADO DO GOIÁS                      |

5.3 A existência de um mercado competitivo de agências de propaganda e o vasto número de empresas qualificadas na prestação dos serviços de publicidade, objeto desta licitação, tanto no Estado de Mato Grosso quanto em outras unidades da federação, garantirá a obtenção de propostas técnicas e financeiras mais vantajosas para a administração pública, promovendo a disputa transparente entre os licitantes e assegurando a escolha da proposta mais adequada aos interesses do município.

## 7. DESCRIÇÃO DA SOLUÇÃO COMO UM TODO

7.1 O objeto desta Concorrência é a prestação de serviços de publicidade, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade de interesse do município de Rondonópolis, nos veículos e demais meios de divulgação, **incluindo, mas não se limitando a:** televisão, rádio, jornais, revistas, internet, mídias sociais, outdoors e materiais impressos. A apresentação de idéias

## Estudo Técnico Preliminar

criativas e inovadoras, é essencial em um mercado altamente competitivo, a criatividade, originalidade, segmentação do público -alvo, interatividade, engajamento, transparência e ética, garantiram a máxima eficácia da campanha, com o intuito de atender ao princípio da Publicidade e ao direito à informação do público em geral.

7.2 Também integram o objeto desta Concorrência, como atividades complementares, os serviços especializados pertinentes:

- a) à produção e à execução técnica das peças e ou material criados pela agência contratada, **cujos direitos autorais pertencerão exclusivamente à administração pública;**
- b) ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimentos relacionados diretamente a determinada ação publicitária, **tais como pesquisas de mercado, pesquisas de opinião e pesquisas de satisfação;**
- c) à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias, inclusive sites, portais, blogs, redes sociais e demais meios de comunicação via internet visando a expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias, **com o estabelecimento de metas e indicadores para a mensuração dos resultados, bem como qualquer outra tecnologia que venha a surgir durante a execução do contrato.**

## 8. ESTIMATIVA DO QUANTITATIVO DOS SERVIÇOS

8.1 Os serviços serão executados conforme a demanda da Secretaria de Governo, compreendendo a concepção, planejamento, criação, produção, veiculação e distribuição de campanhas institucionais, bem como a adaptação e atualização de materiais já existentes. A demanda será formalizada por meio de requisição de serviços emitida pela Secretaria de Governo, contendo a especificação detalhada das ações a serem executadas.

Diante do aumento das necessidades de comunicação institucional, o presente contrato contempla a ampliação do volume de serviços prestados, incluindo:

## Estudo Técnico Preliminar

Expansão do número de campanhas institucionais e educativas para atender a um público mais amplo e diversificado, abrangendo múltiplos meios de comunicação (TV, rádio, mídia digital, redes sociais, e mídia impressa); Aumento da frequência e abrangência das ações de publicidade, considerando a necessidade de comunicação contínua para políticas públicas, programas sociais, eventos oficiais e ações emergenciais;

Intensificação da produção de conteúdos audiovisuais, editoriais, interativos e digitais, visando maior engajamento da população e efetividade na transmissão de informações de interesse público;

Ampliação da capacidade operacional da agência contratada para atender a um volume crescente de solicitações, garantindo prazos ágeis e qualidade técnica na execução dos serviços.

Os serviços solicitados deverão ser executados no prazo máximo de 5 (cinco) dias corridos, contados a partir do recebimento da requisição formal, salvo exceções justificadas por complexidade técnica ou necessidade de veiculação estratégica.

Caso a demanda ultrapasse a capacidade operacional da contratada, os serviços serão priorizados de acordo com a importância estratégica, conforme definição conjunta entre a Secretaria de Governo e a agência, resguardando a eficiência na aplicação dos recursos públicos. As partes realizarão reuniões periódicas para avaliar o andamento dos serviços, ajustar estratégias de execução e, se necessário, revisar o escopo contratual, desde que devidamente fundamentado e dentro dos limites orçamentários estabelecidos.

## 9. ESTIMATIVA DE PREÇO DO SERVIÇO

9.1 O custo de criação interna será cobrado com base na Tabela de Preços do SINAPRO (Sindicato das Agências de Propaganda de Mato Grosso).

9.2 A CONTRATADA poderá subcontratar serviços de terceiros com vistas à intermediação, e fará a supervisão da execução externa e a distribuição de ações publicitárias junto a públicos de interesse, bem como à produção e à execução técnica de peças, materiais e projetos publicitários, de mídia e não mídia, criados no âmbito dos contratos, desde que tais serviços não estejam contemplados na Tabela do SINAPRO (Sindicato das Agências de Propaganda de

Mato Grosso).

9.3 A veiculação terá como referencial a Tabela de Preços dos veículos de comunicação. A proposta de preços explicitará os percentuais de descontos sobre a Tabela de Preços SINAPRO (Sindicato das Agências de Propaganda de Mato Grosso) e o percentual de honorários sobre a subcontratação de serviços de terceiros. A estimativa do valor do contrato é de **R\$ 10.000.000,00 (Dez milhões de reais)**.

## **10. JUSTIFICATIVA PARA O PARCELAMENTO OU NÃO DO SERVIÇO**

10.1 O fornecimento será realizado de forma parcelada, com ações publicitárias pontuais, com adaptações as demandas, eficiência dos recursos, comunicação direcionada e foco nos resultados, de acordo com a necessidade da Secretaria Municipal de Governo.

## **11. CONTRATAÇÕES CORRELATAS E/OU INTERDEPENDENTES**

11.1 A presente contratação constitui um objeto único e indivisível, não sendo necessária a contratação de quaisquer serviços ou bens correlatos ou interdependentes para a sua plena execução.

## **12. ALINHAMENTO ENTRE COMPRA/CONTRATAÇÃO E PLANEJAMENTO**

12.1 A contratação pretendida foi incluída no Plano de Contratações Anual do Município de Rondonópolis/MT, estando assim alinhado com o planejamento desta Administração.

## **13. RESULTADOS PRETENDIDOS, EM TERMOS DE EFETIVIDADE E DE DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL**

13.1 A contratação de agências de propaganda tem sido comum em todas as esferas da Administração Pública.

13.2 A partir da estimativa de campanhas que serão realizadas durante a execução contratual a administração poderá solicitar o planejamento, criação e veiculação de campanhas de acordo com sua necessidade.

13.3 Os preços dos serviços (de terceiros e de veiculação) serão os vigentes à época da veiculação de cada campanha.

13.4 Com base no briefing e no edital, as licitantes apresentarão sua proposta técnica e de preços, cujo critério de julgamento será o de MELHOR TÉCNICA e PREÇO.

## Estudo Técnico Preliminar

13.5 Dessa forma a administração contratará com o menor preço apresentado dentre todos os licitantes e com a melhor técnica apresentado, resultando em vantagem para a administração pública.

### 14. PROVIDÊNCIAS A SEREM ADOTADAS PELA ADMINISTRAÇÃO PREVIAMENTE À CELEBRAÇÃO DO CONTRATO, INCLUSIVE QUANTO À CAPACITAÇÃO DE SERVIDORES OU DE EMPREGADOS PARA FISCALIZAÇÃO E GESTÃO CONTRATUAL OU ADEQUAÇÃO DO AMBIENTE DA PREFEITURA

14.1 Antes da celebração do contrato, não foram identificadas necessidades de capacitação, ou de adequação do ambiente para execução contratual, uma vez que os serviços serão executados exclusivamente na sede da contratada.

14.2 Será nomeado, através de portaria, fiscal da contratação, responsável por acompanhar o cronograma de execução dos serviços, verificar a qualidade dos materiais entregues, receber e conferir as faturas, emitir relatórios periódicos sobre o andamento do contrato e submeter à ratificação da Unidade Gestora. A Secretaria de Comunicação prestará suporte à fiscalização do contrato, disponibilizando seus técnicos para a realização de treinamentos e a orientação dos servidores envolvidos.

A contratada será responsável por garantir a qualidade dos serviços prestados, a conformidade com as especificações do contrato e o cumprimento das normas técnicas aplicáveis.

### 15. POSSÍVEIS IMPACTOS AMBIENTAIS E RESPECTIVAS MEDIDAS DE TRATAMENTO

15.1 Considerando que os serviços de publicidade, embora possam apresentar baixo impacto ambiental direto, podem gerar efeitos indiretos e demandam o uso de recursos naturais, a administração pública incentivará a adoção de práticas sustentáveis na execução dos serviços, como o uso de materiais reciclados, a redução do consumo de energia e a compensação de emissões de carbono. A contratada se compromete a cumprir toda a legislação ambiental vigente e a adotar medidas para minimizar os impactos ambientais de suas atividades.

### 16. DECLARAÇÃO DE VIABILIDADE DA CONTRATAÇÃO

16.1 A Secretaria de Governo, **declara VIÁVEL** esta contratação, com base neste Estudo Técnico Preliminar, uma vez que a forma escolhida possibilita a ampla competitividade e satisfaz as necessidades da Administração, e ainda permitirá a contratação das agências que apresentar a melhor técnica, operando com o menor apresentado dentre todas



PREFEITURA DE  
**RONDONÓPOLIS**  
COM PROMISSO COM A MUDANÇA

## Estudo Técnico Preliminar

as licitantes que participarão do certame.

Rondonópolis/MT 27 de Março de 2025.

  
**Clayton Esteriz Rezende Borges**

**Chefe de Gabinete de Comunicação Social**

**Prefeitura Municipal de Rondonópolis**

**Portaria nº 38.270/2025**

**Clayton Esteriz Rezende Borges**

**Chefe de Gabinete de Comunicação Social**  
**Prefeitura Municipal de Rondonópolis**  
**Portaria nº 38.270/2025**



PREFEITURA DE

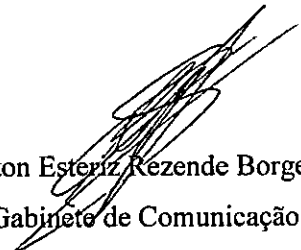
**RONDONÓPOLIS**

COM PROMISSO COM A MUDANÇA

**Estudo Técnico Preliminar**

as licitantes que participarão do certame.

Rondonópolis/MT 27 de Março de 2025.

  
Clayton Esteriz Rezende Borges  
Chefe de Gabinete de Comunicação Social  
Prefeitura Municipal de Rondonópolis  
Portaria nº 38.270/2025

Substituído  
Z

~~ANEXO I - MAPA DE RISCO~~



**DIÁRIO OFICIAL ELETRÔNICO DE RONDONÓPOLIS (DIORONDON-E)  
EDIÇÃO Nº 5.916, 28 DE MARÇO DE 2025, SEXTA – FEIRA (SUPLEMENTAR).**

**SECRETARIA MUNICIPAL DE ADMINISTRAÇÃO, GESTÃO DE PESSOAS E  
INOVAÇÃO**

**RETIFICAÇÃO  
PLANO ANUAL DE CONTRATAÇÕES  
PAC/PREFEITURA MUNICIPAL DE RONDONÓPOLIS/MT 2025**

**Onde se lê:**

**ANEXO II  
VALORES REFERENCIAIS POR OBJETO**

**CONTRATAÇÃO DE AGÊNCIAS DE PROPAGANDA PARA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS  
DE PUBLICIDADE PARA A PREFEITURA MUNICIPAL DE RONDONOPOLIS/MT.**

| <b>ÁREA REQUISITANTE</b>        | <b>VALORES</b>   |
|---------------------------------|------------------|
| SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO | R\$ 4.000.000,00 |

**Leia-se:**

**ANEXO II  
VALORES REFERENCIAIS POR OBJETO**

**CONTRATAÇÃO DE AGÊNCIAS DE PROPAGANDA PARA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS  
DE PUBLICIDADE PARA A PREFEITURA MUNICIPAL DE RONDONOPOLIS/MT.**

| <b>ÁREA REQUISITANTE</b>        | <b>VALORES</b>    |
|---------------------------------|-------------------|
| SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO | R\$ 10.000.000,00 |

**LUCIANO RODRIGUES  
Secretário Municipal de Administração**



## ANEXO I – MAPA DE RISCO

### DADOS DO PROCESSO

**Objeto:** Contratação de serviços de Publicidade a serem prestados por intermédio de até 04 (quatro) agências de propaganda para atender as demandas da Prefeitura Municipal de Rondonópolis-MT.

### DA FUNDAMENTAÇÃO LEGAL

Art. 18, inciso X, da lei 14.133/2021 e Arts. 182 a 185 do decreto municipal 11.685/2023.

### FASE DA ANÁLISE

#### 2.1. Planejamento da contratação.

#### RISCOS REFERENTE A FASE DE ANÁLISE ESCOLHIDA

| RISCO 1 - PLANEJAMENTO DEFICIENTE                                                                              |                                           |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------|
| Probabilidade:                                                                                                 | ( ) raro (X) pouco provável ( ) provável  |
|                                                                                                                | ( ) muito provável ( ) praticamente certo |
| Impacto:                                                                                                       | ( ) muito baixo ( ) baixo (X) médio       |
|                                                                                                                | ( ) alto ( ) muito alto                   |
| Dano(s)                                                                                                        |                                           |
| O Prejuízo ao atendimento das demandas de diversas Secretarias e setores.                                      |                                           |
| Ação(ões) Preventiva(s):                                                                                       | Responsável:                              |
| Realizar planejamento eficiente e quantificar adequadamente o serviço conforme as necessidades de cada órgão.. | Gabinete de Comunicação Social            |
| Ação(ões) de Contingência:                                                                                     | Responsável:                              |
| Revisão de quantitativos.                                                                                      | Gabinete de Comunicação Social            |

**RISCO 02 - ELABORAÇÃO DO TERMO DE REFERÊNCIA INADEQUADO**

|                                                                                                                                                 |                                           |                                |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------|--------------------------------|
| <b>Probabilidade:</b>                                                                                                                           | ( ) raro (X) pouco provável ( ) provável  |                                |
|                                                                                                                                                 | ( ) muito provável ( ) praticamente certo |                                |
| <b>Impacto:</b>                                                                                                                                 | ( ) muito Baixo ( ) baixo (X) médio       |                                |
|                                                                                                                                                 | ( ) alto ( ) muito alto                   |                                |
| <b>Dano(s)</b>                                                                                                                                  |                                           |                                |
| Utilização, por parte da CONTRATADA, de materiais de baixa qualidade, bem como emprego de produtos que não possuem descrição necessária.        |                                           |                                |
| <b>Ação(ões) Preventiva(s):</b>                                                                                                                 |                                           | <b>Responsável:</b>            |
| Elaborar adequadamente o Termo de Referência conforme as características do serviço contratado e solicitar revisão deste pelo setor competente. |                                           | Gabinete de Comunicação Social |
| <b>Ação(ões) de Contingência:</b>                                                                                                               |                                           | <b>Responsável:</b>            |
| Refazer o Termo de Referência.                                                                                                                  |                                           | Gabinete de Comunicação Social |

**RISCO 03 - INDISPONIBILIDADE FINANCEIRA**

|                                           |                                           |                        |
|-------------------------------------------|-------------------------------------------|------------------------|
| <b>Risco 03</b>                           | <b>Indisponibilidade financeira</b>       |                        |
| <b>Probabilidade:</b>                     | ( ) raro (X) pouco provável ( ) provável  |                        |
|                                           | ( ) muito provável ( ) praticamente certo |                        |
| <b>Impacto:</b>                           | ( ) muito Baixo ( ) baixo (X) médio       |                        |
|                                           | ( ) alto ( ) muito alto                   |                        |
| <b>Dano(s)</b>                            |                                           |                        |
| A não contratação do objeto licitado.     |                                           |                        |
| <b>Ação(ões) Preventiva(s):</b>           |                                           | <b>Responsável:</b>    |
| Planejamento financeiro para contratações |                                           | Secretaria de Finanças |
| <b>Ação(ões) de Contingência:</b>         |                                           | <b>Responsável:</b>    |
| Reprogramação de planejamento financeiro  |                                           | Secretaria de Finanças |

**FASE DE ANÁLISE - Gestão/Execução do objeto**

**RISCO 04 - CONTRATAÇÃO DE EMPRESA QUE NÃO TENHA CAPACIDADE DE EXECUTAR O CONTRATO**

|                                                                                              |                                                                                       |
|----------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Probabilidade:</b>                                                                        | ( ) raro (X) pouco provável ( ) provável<br>( ) muito provável ( ) praticamente certo |
| <b>Impacto:</b>                                                                              | ( ) muito Baixo ( ) baixo (X) médio<br>( ) alto ( ) muito alto                        |
| <b>Dano(s)</b><br>Prejuízo ao atendimento das necessidades da administração.                 |                                                                                       |
| <b>Ação(ões) Preventiva(s):</b><br>Avaliação da capacidade técnica operacional da empresa.   | <b>Responsável:</b><br>Gabinete de Comunicação Social                                 |
| <b>Ação(ões) de Contingência:</b><br>Rescisão contratual e reinício do processo licitatório. | <b>Responsável:</b><br>Secretaria Municipal de Administração                          |

**RISCOS REFERENTES A FASE DE ANÁLISE ESCOLHIDA**

**RISCO 01 - ATRASO NA CONTRATAÇÃO**

|                                                                                                                                                       |                                                                                       |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Probabilidade:</b>                                                                                                                                 | ( ) raro (X) pouco provável ( ) provável<br>( ) muito provável ( ) praticamente certo |
| <b>Impacto:</b>                                                                                                                                       | ( ) muito Baixo ( ) baixo (X) médio<br>( ) alto ( ) muito alto                        |
| <b>Dano(s)</b><br>Deficiência na entrega dos serviços solicitados.                                                                                    |                                                                                       |
| <b>Ação(ões) Preventiva(s):</b><br>Fiscalizar o contrato sobre prazo de execução para entrega dos serviços.                                           | <b>Responsável:</b><br>Fiscal designado                                               |
| <b>Ação(ões) de Contingência:</b><br>Aplicar penalidades previstas em contrato para que a CONTRATADA venha a cumprir todas as demandas de cada órgão. | <b>Responsável:</b><br>Secretaria de Governo                                          |



**RISCO 02 - AQUISIÇÃO COM PREÇO ACIMA DA MÉDIA DO MERCADO**

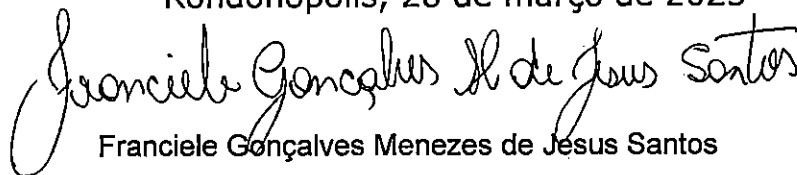
|                                                                                                                                                                                                                                                               |                                                                                       |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Probabilidade:</b>                                                                                                                                                                                                                                         | ( ) raro (X) pouco provável ( ) provável<br>( ) muito provável ( ) praticamente certo |
| <b>Impacto:</b>                                                                                                                                                                                                                                               | ( ) muito Baixo (X) baixo ( ) médio<br>( ) alto ( ) muito alto                        |
| <b>Dano(s)</b><br>Dano ao erário.                                                                                                                                                                                                                             |                                                                                       |
| <b>Ação(ões) Preventiva(s):</b><br>Pesquisa de preço de acordo com a IN nº 73 de 05 de agosto de 2020 da Secretaria de Gestão da Secretaria Especial de Desburocratização, Gestão e Governo Digital do Ministério da Economia, em seu art. 5º inciso III e IV | <b>Responsável:</b><br>Setor de Compras                                               |
| <b>Ação(ões) de Contingência:</b><br>Evitar contratações de serviços não adequados, em desacordo com o estipulado.                                                                                                                                            | <b>Responsável:</b><br>Pregoeiro                                                      |

**RISCO 04 - FALTA DE EM EMPENHO VIGENTE PARA LIQUIDAÇÃO E PAGAMENTO À CONTRATADA**

|                                                                             |                                                                                       |
|-----------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Probabilidade:</b>                                                       | ( ) raro (X) pouco provável ( ) provável<br>( ) muito provável ( ) praticamente certo |
| <b>Impacto:</b>                                                             | ( ) muito Baixo ( ) baixo (X) médio<br>( ) alto ( ) muito alto                        |
| <b>Dano(s)</b><br>Fornecedor se recusar a entrega do serviço licitado.      |                                                                                       |
| <b>Ação(ões) Preventiva(s):</b><br>Planejamento Financeiro                  | <b>Responsável:</b><br>Secretaria demandante                                          |
| <b>Ação(ões) de Contingência:</b><br>Reservar os recursos com antecedência. | <b>Responsável:</b><br>SEPLAN                                                         |

|                                                                                                                                                              |                                                                                       |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>RISCO 05 - EXECUÇÃO DO OBJETO DA AQUISIÇÃO EM DESACORDO COM O ACORDADO</b>                                                                                |                                                                                       |
| <b>Probabilidade:</b>                                                                                                                                        | ( ) raro (X) pouco provável ( ) provável<br>( ) muito provável ( ) praticamente certo |
| <b>Impacto:</b>                                                                                                                                              | ( ) muito Baixo ( ) baixo (X) médio<br>( ) alto ( ) muito alto                        |
| <b>Dano(s)</b><br>Prejuízo ao erário.                                                                                                                        |                                                                                       |
| <b>Ação(ões) Preventiva(s):</b><br>Elaboração do Termo de Referência e Especificações Técnicas adequadas; fiscalização de contrato; fiscalização da entrega. | <b>Responsável:</b><br>Secretarias requisitantes                                      |
| <b>Ação(ões) de Contingência:</b><br>Sanções e penalidades previstas no contrato                                                                             | <b>Responsável:</b><br>Secretaria requisitante                                        |

Rondonópolis, 28 de março de 2025



Franciele Gonçalves Menezes de Jesus Santos

Matricula: 1560816004

Gerente de Departamento de Jornalismo



PREFEITURA DE

**RONDONÓPOLIS**

COMPROMISSO COM A MUDANÇA

~~Estado Técnico Preliminar~~

mapa de risco

**DADOS DO PROCESSO**

**Objeto:** Contratação de serviços de Publicidade a serem prestados por intermédio de até 04 (quatro) agências de propaganda para atender as demandas da Prefeitura Municipal de Rondonópolis-MT.

**DA FUNDAMENTAÇÃO LEGAL**

Art. 18, inciso X, da lei 14.133/2021 e Arts. 182 a 185 do decreto municipal 11.685/2023.

**FASE DA ANÁLISE****2.1. Planejamento da contratação.****RISCOS REFERENTE A FASE DE ANÁLISE ESCOLHIDA**

| <b>RISCO 1 - PLANEJAMENTO DEFICIENTE</b>                                                                                                          |                                                                                       |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Probabilidade:</b>                                                                                                                             | ( ) raro (X) pouco provável ( ) provável<br>( ) muito provável ( ) praticamente certo |
| <b>Impacto:</b>                                                                                                                                   | ( ) muito baixo ( ) baixo (X) médio<br>( ) alto ( ) muito alto                        |
| <b>Dano(s)</b><br>O Prejuízo ao atendimento das demandas de diversas Secretarias e setores.                                                       |                                                                                       |
| <b>Ação(ões) Preventiva(s):</b><br>Realizar planejamento eficiente e quantificar adequadamente o serviço conforme as necessidades de cada órgão.. | <b>Responsável:</b><br>Gabinete de Comunicação Social                                 |
| <b>Ação(ões) de Contingência:</b><br>Revisão de quantitativos.                                                                                    | <b>Responsável:</b><br>Gabinete de Comunicação Social                                 |
| <b>RISCO 02 - ELABORAÇÃO DO TERMO DE REFERENCIA INADEQUADO</b>                                                                                    |                                                                                       |
| <b>Probabilidade:</b>                                                                                                                             | ( ) raro (X) pouco provável ( ) provável                                              |



PREFEITURA DE  
**RONDONÓPOLIS**  
COM PROMISSO COM A MUDANÇA

## Estudo Técnico Preliminar

|                                                                                                                                                                                    |                                                                |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------|
|                                                                                                                                                                                    | ( ) muito provável ( ) praticamente certo                      |
| <b>Impacto:</b>                                                                                                                                                                    | ( ) muito Baixo ( ) baixo (X) médio<br>( ) alto ( ) muito alto |
| <b>Dano(s)</b><br>Utilização, por parte da CONTRATADA, de materiais de baixa qualidade, bem como emprego de produtos que não possuem descrição necessária.                         |                                                                |
| <b>Ação(ões) Preventiva(s):</b><br>Elaborar adequadamente o Termo de Referência conforme as características do serviço contratado e solicitar revisão deste pelo setor competente. | <b>Responsável:</b><br>Gabinete de Comunicação Social          |
| <b>Ação(ões) de Contingência:</b><br>Refazer o Termo de Referência.                                                                                                                | <b>Responsável:</b><br>Gabinete de Comunicação Social          |

### RISCO 03 - INDISPONIBILIDADE FINANCEIRA

|                                                                               |                                                                                       |                                               |
|-------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------|
| <b>Risco 03</b>                                                               | <b>Indisponibilidade financeira</b>                                                   |                                               |
| <b>Probabilidade:</b>                                                         | ( ) raro (X) pouco provável ( ) provável<br>( ) muito provável ( ) praticamente certo |                                               |
| <b>Impacto:</b>                                                               | ( ) muito Baixo ( ) baixo (X) médio<br>( ) alto ( ) muito alto                        |                                               |
| <b>Dano(s)</b><br>A não contratação do objeto licitado.                       |                                                                                       |                                               |
| <b>Ação(ões) Preventiva(s):</b><br>Planejamento financeiro para contratações  |                                                                                       | <b>Responsável:</b><br>Secretaria de Finanças |
| <b>Ação(ões) de Contingência:</b><br>Reprogramação de planejamento financeiro |                                                                                       | <b>Responsável:</b><br>Secretaria de Finanças |

*Franciele*



PREFEITURA DE  
**RONDONÓPOLIS**  
COMPROMISSO COM A MUDANÇA

## Estudo Técnico Preliminar

### FASE DE ANÁLISE - Gestão/Execução do objeto

| RISCO 04 - CONTRATAÇÃO DE EMPRESA QUE NÃO TENHA CAPACIDADE DE EXECUTAR O CONTRATO            |                                                                                       |
|----------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Probabilidade:</b>                                                                        | ( ) raro (X) pouco provável ( ) provável<br>( ) muito provável ( ) praticamente certo |
| <b>Impacto:</b>                                                                              | ( ) muito Baixo ( ) baixo (X) médio<br>( ) alto ( ) muito alto                        |
| <b>Dano(s)</b><br>Prejuízo ao atendimento das necessidades da administração.                 |                                                                                       |
| <b>Ação(ões) Preventiva(s):</b><br>Avaliação da capacidade técnica operacional da empresa.   | <b>Responsável:</b><br>Gabinete de Comunicação Social                                 |
| <b>Ação(ões) de Contingência:</b><br>Rescisão contratual e reinício do processo licitatório. | <b>Responsável:</b><br>Secretaria Municipal de Administração                          |

### RISCOS REFERENTES A FASE DE ANÁLISE ESCOLHIDA

| RISCO 01 - ATRASO NA CONTRATAÇÃO                                                                            |                                                                                       |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Probabilidade:</b>                                                                                       | ( ) raro (X) pouco provável ( ) provável<br>( ) muito provável ( ) praticamente certo |
| <b>Impacto:</b>                                                                                             | ( ) muito Baixo ( ) baixo (X) médio<br>( ) alto ( ) muito alto                        |
| <b>Dano(s)</b><br>Deficiência na entrega dos serviços solicitados.                                          |                                                                                       |
| <b>Ação(ões) Preventiva(s):</b><br>Fiscalizar o contrato sobre prazo de execução para entrega dos serviços. | <b>Responsável:</b><br>Fiscal designado                                               |

*Franciele*

### Estudo Técnico Preliminar

|                                                                                                                  |                       |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|
| <b>Ação(ões) de Contingência:</b>                                                                                | <b>Responsável:</b>   |
| Aplicar penalidades previstas em contrato para que a CONTRATADA venha a cumprir todas as demandas de cada órgão. | Secretaria de Governo |

| RISCO 02 - AQUISIÇÃO COM PREÇO ACIMA DA MÉDIA DO MERCADO                                                                                                                                                                   |                                                                                                                                                                                                           |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Probabilidade:</b>                                                                                                                                                                                                      | <input type="checkbox"/> raro <input checked="" type="checkbox"/> pouco provável <input type="checkbox"/> provável<br><input type="checkbox"/> muito provável <input type="checkbox"/> praticamente certo |
| <b>Impacto:</b>                                                                                                                                                                                                            | <input type="checkbox"/> muito Baixo <input checked="" type="checkbox"/> baixo <input type="checkbox"/> médio<br><input type="checkbox"/> alto <input type="checkbox"/> muito alto                        |
| <b>Dano(s)</b><br>Dano ao erário.                                                                                                                                                                                          |                                                                                                                                                                                                           |
| <b>Ação(ões) Preventiva(s):</b>                                                                                                                                                                                            | <b>Responsável:</b>                                                                                                                                                                                       |
| Pesquisa de preço de acordo com a IN nº 73 de 05 de agosto de 2020 da Secretaria de Gestão da Secretaria Especial de Desburocratização, Gestão e Governo Digital do Ministério da Economia, em seu art. 5º inciso III e IV | Setor de Compras                                                                                                                                                                                          |
| <b>Ação(ões) de Contingência:</b>                                                                                                                                                                                          | <b>Responsável:</b>                                                                                                                                                                                       |
| Evitar contratações de serviços não adequados, em desacordo com o estipulado.                                                                                                                                              | Pregoeiro                                                                                                                                                                                                 |

| RISCO 04 - FALTA DE EM EMPENHO VIGENTE PARA LIQUIDAÇÃO E PAGAMENTO À CONTRATADA |                                                                                                                                                                                                           |
|---------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Probabilidade:</b>                                                           | <input type="checkbox"/> raro <input checked="" type="checkbox"/> pouco provável <input type="checkbox"/> provável<br><input type="checkbox"/> muito provável <input type="checkbox"/> praticamente certo |
| <b>Impacto:</b>                                                                 | <input type="checkbox"/> muito Baixo <input type="checkbox"/> baixo <input checked="" type="checkbox"/> médio<br><input type="checkbox"/> alto <input type="checkbox"/> muito alto                        |
| <b>Dano(s)</b><br>Fornecedor se recusar a entrega do serviço licitado.          |                                                                                                                                                                                                           |
| <b>Ação(ões) Preventiva(s):</b>                                                 | <b>Responsável:</b>                                                                                                                                                                                       |



PREFEITURA DE  
**RONDONÓPOLIS**  
COMPROMISSO COM A MUDANÇA

## Estudo Técnico Preliminar

|                                                                             |                               |
|-----------------------------------------------------------------------------|-------------------------------|
| Planejamento Financeiro                                                     | Secretaria demandante         |
| <b>Ação(ões) de Contingência:</b><br>Reservar os recursos com antecedência. | <b>Responsável:</b><br>SEPLAN |

|                                                                                                                                                              |                                                                                       |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>RISCO 05 - EXECUÇÃO DO OBJETO DA AQUISIÇÃO EM DESACORDO COM O ACORDADO</b>                                                                                |                                                                                       |
| <b>Probabilidade:</b>                                                                                                                                        | ( ) raro (X) pouco provável ( ) provável<br>( ) muito provável ( ) praticamente certo |
| <b>Impacto:</b>                                                                                                                                              | ( ) muito Baixo ( ) baixo (X) médio<br>( ) alto ( ) muito alto                        |
| <b>Dano(s)</b><br>Prejuízo ao erário.                                                                                                                        |                                                                                       |
| <b>Ação(ões) Preventiva(s):</b><br>Elaboração do Termo de Referência e Especificações Técnicas adequadas; fiscalização de contrato; fiscalização da entrega. | <b>Responsável:</b><br>Secretarias requisitantes                                      |
| <b>Ação(ões) de Contingência:</b><br>Sanções e penalidades previstas no contrato                                                                             | <b>Responsável:</b><br>Secretaria requisitante                                        |

Rondonópolis, 28 de março de 2025

*Franciele Gonçalves Menezes de Jesus Santos*  
Franciele Gonçalves Menezes de Jesus Santos  
Matrícula: 1560816004

Gerente de Departamento de Jornalismo

## **FUNDAMENTAÇÃO MÍNIMA PARA AQUISIÇÃO DO SERVIÇO**

### **1. IDENTIFICAÇÃO DA DEMANDA**

1.1. Documento de Solicitação: encaminhada pela Secretaria Municipal de Governo, em 28 de março de 2025.

### **2. OBJETO**

2.1. Contratação de até 04 (quatro) agências de propaganda, para a prestação de serviço de publicidade para a Prefeitura Municipal de Rondonópolis, sem segregação em lotes, itens ou contas publicitárias, cujas atividades têm por objetivo: estudo, planejamento, conceituação, concepção, criação, intermediação, supervisão, execução de estratégias, e ações de publicidade e atividades complementares, com a finalidade de dar publicidade e divulgar as políticas públicas, divulgar as ações de governo do Poder Executivo Municipal, para informar o público em geral, assim como a distribuição da comunicação aos veículos e demais meios de divulgação, conforme art 37,

§1º da Constituição Federal.

2.2. Os serviços de publicidade contratados terão por objeto somente as atividades previstas no Artigo 2º, da Lei nº 12.232/2010, sendo vedada a inclusão de quaisquer outras atividades, em especial as de assessoria de imprensa, comunicação e relações públicas, de patrocínio ou as que tenham por finalidade a realização de eventos festivos de qualquer natureza, bem como as de pesquisas de opinião que contém em seu bojo assuntos eleitorais e/ou políticos.

2.3. Compreende-se como ação publicitária, o conjunto de peças e materiais publicitários concebidos e desenvolvidos pela agência de propaganda, mediante demanda do anunciante, com o intuito de atender ao princípio da publicidade e ao direito à informação, de difundir ideias e princípios, posicionar instituições e programas, disseminar iniciativas e políticas públicas, ou informar e orientar o público em geral.

2.4. Compreende-se como estratégia publicitária, a elaboração e execução do plano de ações publicitárias.

2.5. Compreende-se como agência de propaganda, a empresa especializada na arte e na técnica publicitária, que, por meio de técnicos e especialistas, estuda, planeja, conceitua, concebe, cria, executa internamente, intermedeia e supervisiona a execução externa e distribui publicidade.



PREFEITURA DE  
**RONDONÓPOLIS**  
COMPROMISSO COM A MUDANÇA

**SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO  
GABINETE DE COMUNICAÇÃO SOCIAL**

**TERMO DE REFERÊNCIA**

2.6. Compreende-se como atividades complementares, os serviços especializados pertinentes:

a) À produção, à execução técnica e à veiculação das peças e projetos criados, como, por exemplo, a contratação de empresa especializada para envio de material aos veículos/exibidoras (via link, SD ou outra mídia) ou mesmo para conversão de formato e/ou extensão para veiculação em mídia específica (como no caso para exibição em cinemas), entre outros;

a) Ao planejamento e execução de pesquisas e outros instrumentos de avaliação e geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias, sobre os resultados das campanhas realizadas e das campanhas em desenvolvimento, relacionados à publicidade da Prefeitura Municipal de Rondonópolis, como, por exemplo, a elaboração de estratégia e a contratação de serviços especializados em pesquisa pela internet, assim como a mensuração de resultados das ações de comunicação realizadas na rede, entre outros.

b) À criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com as novas tecnologias, visando à expansão dos efeitos das mensagens e das estratégias publicitárias, como, por exemplo, a elaboração e execução de ações pela internet, assim como contratação de impulsionamento (método de veiculação nas principais plataformas da rede) e de mídia programática, entre outros.

2.7. Ressalta-se que as pesquisas citadas anteriormente têm a exclusiva finalidade de:

a) Gerar conhecimento sobre o mercado ou ambiente de atuação da Prefeitura Municipal de Rondonópolis, o público-alvo e os veículos de divulgação nos quais serão difundidas as campanhas ou peças;

a) Aferir a eficácia do desenvolvimento estratégico, da criação e da divulgação de mensagens;

b) Possibilitar a avaliação dos resultados das campanhas ou peças, vedada a inclusão de matéria estranha ou sem pertinência temática com a ação publicitária.

2.8. O planejamento objetiva subsidiar a proposição estratégica das ações publicitárias, tanto nos meios e veículos de divulgação tradicionais (off-line) como digitais (on-line) para alcance dos objetivos de comunicação e superação dos desafios apresentados e devem prever, sempre que possível, os indicadores e métricas para aferição, análise e otimização de resultados.

2.9. Não está contemplada no objeto a divulgação de publicidade oficial, assim entendida a publicação de documentos e informações determinadas por força de lei ou regulamento, veiculada via Diário Oficial.



PREFEITURA DE  
**RONDONÓPOLIS**  
COMPROMISSO COM A MUDANÇA

**SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO  
GABINETE DE COMUNICAÇÃO SOCIAL**

**TERMO DE REFERÊNCIA**

2.10. Também não se abrange neste objeto as atividades de promoção, patrocínio, relações públicas, assessorias de comunicação e de imprensa e aquelas que tenham por finalidade a realização de eventos festivos.

2.10.1. Não se incluem no conceito de patrocínio os projetos de veiculação em mídia – assim entendidos os projetos de veiculação em mídia ou em instalações, dispositivos e engenhos que funcionem como veículo de divulgação – e o patrocínio de eventos esportivos, culturais ou de entretenimento comercializados por veículo de divulgação.

### **3. DA MODALIDADE E CRITÉRIO DE JULGAMENTO DA LICITAÇÃO**

3.1. O procedimento para contratação do objeto será realizado mediante licitação na modalidade **CONCORRÊNCIA** de acordo com o art. 28, inciso II, da lei nº 14.133/21.

3.2. O critério de julgamento de licitação deverá ser **TÉCNICA E PREÇO**, na proporção de 70% para Técnica e 30% para o preço, de acordo com art. 33, inciso IV, da lei nº 14.133/21, obtido durante a disputa entre os fornecedores participantes do certame licitatório, conforme condição prevista neste instrumento.

### **4. ESPECIFICAÇÃO DO OBJETO**

| ITEM | DESCRIÇÃO                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | UNID. | QDE. | Código<br>TCE/MT |
|------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|------|------------------|
| 01   | CONTRATAÇÃO DE ATÉ 04 (QUATRO) AGÊNCIAS DE PROPAGANDA PARA PRESTAÇÃO DE SERVIÇO DE PUBLICIDADE PARA A PREFEITURA MUNICIPAL DE RONDONÓPOLIS, ATIVIDADE QUE CONSISTE EM ESTUDO, PLANEJAMENTO, CONCEITUAÇÃO, CONCEPÇÃO, CRIAÇÃO, INTERMEDIACÃO, SUPERVISÃO E EXECUÇÃO DE ESTRATÉGIAS E AÇÕES DE PUBLICIDADE E ATIVIDADES COMPLEMENTARES, ASSIM COMO A DISTRIBUIÇÃO DE COMUNICAÇÃO AOS VEÍCULOS E DEMAIS MEIOS DE DIVULGAÇÃO. | Unid  | 1    | 406917-0         |



PREFEITURA DE  
**RONDONÓPOLIS**  
COMPROMISSO COM A MUDANÇA

SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO  
GABINETE DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

## TERMO DE REFERÊNCIA

\*Relação dos códigos descritos no Catálogo de Materiais e Serviços – TCE, em atendimento a Resolução Normativa nº 03/2017, disponível no site [WWW.pug.tce.mt.gov.br/itens-padronizados](http://WWW.pug.tce.mt.gov.br/itens-padronizados).

## 5. DISPOSIÇÕES PRELIMINARES

5.1. O objeto desta contratação não se enquadra como sendo de bem de luxo;

5.2. O prazo de vigência da contratação é de **12 meses** contados da assinatura do instrumento contratual, podendo ser prorrogado por até 60 meses na forma dos artigos 105, 106 e 107 da Lei nº 14.133, de 2021;

## 6. FUNDAMENTAÇÃO E DESCRIÇÃO DA NECESSIDADE DA CONTRATAÇÃO

6.1 A referida aquisição está fundamentada na solicitação oriunda do Gabinete de Comunicação Social, dessa forma, foi elaborado neste **Termo de Referência**, o qual servirá de base para a presente contratação, fundamentado com base na Lei Federal n.º 14.133, de 1 de abril de 2021 e suas alterações posteriores, além das demais legislações pertinentes e as condições e especificações estabelecidas neste instrumento.

6.2 O Gabinete de Comunicação Social da Prefeitura Municipal de Rondonópolis tem a atribuição de divulgar, defender e consolidar a imagem institucional do Executivo Municipal, com prioridade para o esclarecimento e informação à sociedade sobre o exercício do Poder Executivo Municipal, bem como promover campanhas informativas sobre temas de interesse público e de natureza institucional para o público em geral.

6.3 Entretanto, a Prefeitura Municipal de Rondonópolis não dispõe de capacidade técnica e estrutura para atender a tais atribuições institucionais. Dessa forma, a contratação de agências de publicidade visa suprir a esta necessidade e auxiliar no cumprimento da atribuição institucional, ampliando o acesso à informação e garantindo a realização desta em tempo hábil e com qualidade técnica.

6.4 Ainda, nesse sentido, aprimorar a comunicação interna e externa é objetivo previsto no Gabinete de Comunicação Social, o qual se visa alcançar com a presente contratação, fazendo isto de forma impessoal e transparente.

6.5 Em consonância com o art. 37 da Constituição, a divulgação institucional da Prefeitura Municipal também representa o estímulo à participação da sociedade na fiscalização das atividades e demais deliberações do Ente Público.

6.6 Entende-se que os valores da transparência e informação cidadã demandam a comunicação com a sociedade por vários canais de comunicação. Além disso, na sociedade atual, o acesso à informação dispõe de maior dinamismo nos meios, maior rapidez e diversos formatos, devido às inovações tecnológicas. Com as novas tecnologias,

Compromisso  
com a **Mudança**

RAFAEL VICENTINI DIAMANTINO  
Gestor de Comunicação Social  
Portaria Nº 35.160

Prefeitura Municipal de Rondonópolis – MT  
Avenida Duque de Caxias, 1000, Vila Aurora, CEP 78740-022.



a comunicação assumiu um papel de grande destaque, impactando no relacionamento interno e externo das instituições.

6.7 Dessa forma, utilizar o espaço dos meios de comunicação por meio da contratação de agências de publicidade e propaganda demonstra-se de vital importância para cumprir a função ético-social da Administração Pública, de levar ao conhecimento da coletividade as ações desenvolvidas na Prefeitura Municipal de Rondonópolis e ampliar a comunicação com a sociedade.

## **7. DESCRIÇÃO DA SOLUÇÃO COMO UM TODO CONSIDERANDO O CICLO DE VIDA DO OBJETO**

7.1. Trata-se de licitação visando à contratação de agência de publicidade. O serviço em apreço decorre de mandamento constitucional (Art. 37, § 1º, CF/88). Essa imposição da Carta Magna possui rito e maneira de se processar peculiar previsto em legislação própria (Lei Federal nº 12.232/2010), de modo que a administração pública fica condicionada a seguir rigorosamente os seus preceitos.

7.2. Assim, a descrição da solução considerando o ciclo de vida do objeto encontra-se demarcada na Constituição Federal e na supracitada lei. Segundo a inteligência do art. 37, § 1º da CF/88, a publicidade dos órgãos e entidades públicas deve ter caráter educativo, informativo e de orientação social. De igual modo, a Lei Federal nº 12.232/2010 ao delimitar o objeto da licitação também aborda essa sistemática, impondo regras a fim de que todas as nuances relativas à contratação de agências de publicidade estejam vinculadas à lei.

## **8. REQUISITOS DA CONTRATAÇÃO**

### **Garantia da contratação**

8.1. As contratadas prestarão individualmente garantia, em favor da contratante, no valor correspondente a 1% (um por cento) do valor do contrato, de acordo com o Artigo 96, da Lei Federal nº 14.133/2021, podendo cada contratada optar por uma das modalidades previstas no diploma legal citado, no prazo de 30 (trinta) dias contados a partir da data de assinatura do contrato.

### **8.2. MODELO DE EXECUÇÃO DO OBJETO**

8.3. O contratado deve entregar à contratante, até o dia 10 (dez) do mês subsequente, relatório das despesas de produção e veiculação autorizadas no mês anterior e relatório dos serviços e mandamento, estes com os dados mais relevantes para avaliação de seu estágio.



## 8.4. RECEBIMENTO DAS PROPOSTAS E DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

8.5. O fornecedor será selecionado por meio da realização de licitação na modalidade **CONCORRÊNCIA PÚBLICA**, com fundamento no art. 28, inciso II, da Lei n.º 14.133/2021, que culminará com a seleção da proposta de **TÉCNICA E PREÇO**, na proporção de 70% para técnica e 30% para o preço.

8.6. As Propostas Técnicas e de Preços e os Documentos de Habilitação das licitantes deverão ser entregues ao Agente de contratação e equipe de apoio em 05 (cinco) invólucros distintos e separados.

8.7. Os invólucros com as Propostas Técnica e de Preços serão recebidos na avenida Duque de Caxias, 1.000, Vila Aurora, Rondonópolis-MT – Sede da Prefeitura Municipal de Rondonópolis, em data e horário a serem definidos posteriormente.

8.8. Os invólucros com os Documentos de Habilitação serão recebidos e abertos em dia, local e horário a serem designados pelo Agente de Contratação e equipe de apoio.

8.9. O recebimento e a abertura dos invólucros, bem como os demais procedimentos licitatórios, obedecerão ao disposto neste Termo de Referência e na legislação.

## 9. ENTREGA DA PROPOSTA TÉCNICA

9.1. A Proposta Técnica deverá ser entregue ao Agente de Contratação e equipe de apoio acondicionada nos Invólucros nº 1, nº 2 e nº 3.

### Invólucro nº 1

9.2. No **Invólucro nº 1** deverá estar acondicionado o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada.

9.3. Só será aceito o **Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada** que estiver acondicionado no invólucro padronizado, fornecido pelo Agente de Contratação e equipe de apoio, a ser retirado, exclusivamente, pela agência que o solicitar formalmente na avenida Duque de Caxias, 1.000, Vila Aurora, Rondonópolis-MT – Sede da Prefeitura Municipal de Rondonópolis, no horário de funcionamento da Casa (12:00 às 18:00).

9.4. O Invólucro nº 1 deverá estar sem fechamento e sem rubrica para preservar, até a abertura do Invólucro nº 2, o sigilo quanto à sua autoria.

9.5. O Invólucro nº 1 não poderá:

a) ter nenhuma identificação;



PREFEITURA DE  
**RONDONÓPOLIS**  
COMPROMISSO COM A MUDANÇA

**SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO  
GABINETE DE COMUNICAÇÃO SOCIAL**

**TERMO DE REFERÊNCIA**

- a) apresentar informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação da licitante;
- b) estar danificado ou deformado pelas peças, pelos materiais e demais documentos nele acondicionados, de modo a possibilitar a identificação da licitante.

**Invólucro nº 2**

9.6. No **Invólucro nº 2** deverá estar acondicionado o Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada.

9.7. O **Invólucro nº 2** deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação: **Invólucro nº 2** Proposta Técnica: Plano de Comunicação Publicitária - Via Identificada Nome empresarial e CNPJ da licitante e número da Concorrência – Prefeitura Municipal de Rondonópolis.

9.8. O **Invólucro nº 2** deverá ser providenciado pela licitante e poderá ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável quanto às informações de que trata, até sua abertura.

**Invólucro nº 3**

9.9. No **Invólucro nº 3** deverão estar acondicionados a Capacidade de Atendimento, o Repertório e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação.

9.10. O **Invólucro nº 3** deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação: **Invólucro nº 3** Proposta Técnica: Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação Nome empresarial e CNPJ da licitante e número da Concorrência – Prefeitura Municipal de Rondonópolis.

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

9.12. O **Invólucro nº 3** não poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, que possibilite a identificação da autoria deste, antes da abertura do **Invólucro nº 2**.

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



| QUESITOS                                                                                                                               | SUBQUESITOS                                                                                                                                 |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>I – Plano de Comunicação Publicitária</b>                                                                                           | <b>Raciocínio Básico</b><br><br><b>Estratégias de Comunicação Publicitária Ideia Criativa</b><br><br><b>Estratégia de Mídia e não mídia</b> |
| <b>II – Capacidade de atendimento</b><br><br><b>III - Repertório</b><br><br><b>IV – Relatos de solução de problemas de comunicação</b> |                                                                                                                                             |

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

9.15. **Quesito 1 - Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada:** para sua apresentação, a licitante deverá levar em conta as seguintes orientações:

- a) em caderno único, orientação retrato e com espiral preto colocado à esquerda;
- a) capa e contracapa em papel A4, branco, com 90 gr/m2 , ambas em branco;
- b) conteúdo impresso em papel A4, branco, com 75 gr/m2 , orientação retrato;
- c) espaçamentos de 3 cm na margem esquerda e 2 cm na direita, a partir das respectivas bordas;
- d) títulos, entretítulos, parágrafos e linhas subsequentes sem recuos;
- e) espaçamento simples entre as linhas e, opcionalmente, duplo após títulos e entretítulos e entre parágrafos;
- f) alinhamento justificado do texto;
- g) texto e numeração de páginas em fonte Arial, cor preta, tamanho de 12 pontos; numeração de todas as páginas, no centro inferior, pelo editor de textos, a partir da primeira página interna, em algarismos arábicos;

**TERMO DE REFERÊNCIA**

h) sem identificação da licitante.

9.16. Os sub quesitos Raciocínio Básico e Estratégia de Comunicação Publicitária poderão ter gráficos, quadros, tabelas e/ou planilhas, observadas as seguintes orientações:

a) poderão ser editados em cores;

a) os dados e informações deverão ser editados na fonte Arial e poderão ter tamanho entre 08 e 12 pontos;

b) as páginas em que estiverem inseridos poderão ser:

c1) apresentadas em papel A3 dobrado. Nesse caso, cada folha de papel A3 será computada como 2 (duas) páginas de papel A4;

c2) impressas na orientação paisagem.

9.17. Os gráficos, quadros, tabelas ou planilhas integrantes do sub quesito Estratégia de Mídia e Não Mídia poderão:

I - ser editados em cores;

I - ter fontes e tamanhos de fonte habitualmente utilizados nesses documentos;

II - ter qualquer tipo de formatação de margem;

III - ser apresentados em papel A3 dobrado.

9.18. As páginas em que estiverem inseridos os gráficos, tabelas e planilhas desse sub quesito poderão ser impressas na orientação paisagem.

9.19. Os exemplos de peças integrantes do sub quesito Ideia Criativa deverão ser apresentados separadamente do caderno. Esses exemplos deverão adequar-se às dimensões do Invólucro nº 1.

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

9.21. Os textos do Raciocínio Básico, da Estratégia de Comunicação Publicitária e da relação e descrição das peças publicitárias estão limitados, no conjunto, a 10 (dez) páginas.

9.22. Os textos da Estratégia de Mídia e Não Mídia não têm limitação quanto ao número de páginas.

**TERMO DE REFERÊNCIA**

9.23. Para fins desta concorrência, consideram-se como não mídia os meios publicitários (off-line ou on-line) que não implicam a compra de espaço ou tempo em veículos de divulgação para a transmissão de mensagens a públicos determinados.

9.24. Poderão ser utilizadas páginas isoladas com a finalidade de indicar o Plano de Comunicação Publicitária e seus subquestos.

9.25. Essas páginas não serão computadas no limite de página previsto.

9.26. A licitante deverá apresentar o Plano de Comunicação Publicitária com base no Briefing, conforme Anexo II, observadas as seguintes orientações:

**9.27. Subquesto 1 - Raciocínio Básico** - apresentação em que a licitante descreverá:

a) análise das características e especificidades do contratante e do seu papel no contexto no qual se insere;

a) diagnóstico relativo às necessidades de comunicação publicitária identificadas;

b) compreensão do desafio e dos objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing.

**9.28. Subquesto 2 - Estratégia de Comunicação Publicitária** - apresentação e defesa da Estratégia proposta pela licitante para superar o desafio e alcançar os objetivos de comunicação, com base no Briefing, compreendendo:

a) explicitação e defesa do partido temático e do conceito que fundamentam a proposta de solução publicitária;

a) proposição e defesa dos pontos centrais da Estratégia de Comunicação Publicitária, especialmente: o que dizer; a quem dizer; como dizer; quando dizer e que meios, instrumentos ou ferramentas de divulgação utilizar.

**9.29. Subquesto 3 - Ideia Criativa** - apresentação da proposta de campanha publicitária, contemplando os seguintes conteúdos:

a) relação de todas as peças publicitárias que a licitante julga necessárias para superar o desafio e alcançar os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing, com a descrição de cada uma;

a) exemplos das peças, constantes da relação prevista na alínea anterior, que a licitante julga mais adequadas para corporificar e ilustrar objetivamente sua proposta de campanha publicitária.

9.30. A relação e descrição de todas as peças publicitárias que a licitante julga necessárias para superar o desafio e alcançar os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing



PREFEITURA DE  
**RONDONÓPOLIS**  
COMPROMISSO COM A MUDANÇA

**SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO  
GABINETE DE COMUNICAÇÃO SOCIAL**

**TERMO DE REFERÊNCIA**

está circunscrita à especificação de cada peça publicitária, à explicitação de sua finalidade e suas funções táticas na campanha proposta.

9.31. Se a campanha proposta pela licitante prever número de peças publicitárias superior ao limite estabelecido, que podem ser apresentadas fisicamente como exemplos, a relação e descrição de peças mencionada anteriormente deverá ser elaborada em dois blocos: um para as peças apresentadas como exemplos e outro para as demais.

9.32. Os exemplos de peças publicitárias de que trata a alínea 'b' do subquesto 3 estão limitados a 10 (dez), independentemente do meio de divulgação, do seu tipo ou de sua característica, e poderão ser apresentados sob a forma de:

- a) roteiro, layout ou storyboard impressos, para qualquer meio;
- a) 'monstro' ou layout eletrônico, para o meio rádio;
- b) storyboard animado ou animatic, para os meios TV, cinema e internet;
- c) 'boneco' ou layout montado dos materiais de não mídia.

9.33. As peças gráficas poderão ser impressas em tamanho real ou reduzido, desde que não haja prejuízo em sua leitura, sem limitação de cores, com ou sem suporte ou passe-partout. Peças que não se ajustem às dimensões do Invólucro nº 1 poderão ser dobradas.

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

9.35. Na elaboração do storyboard animado ou animatic poderão ser inseridas fotos e imagens estáticas, além de trilha sonora, voz de personagens e locução, não podendo ser inseridas imagens em movimento.

9.36. O 'monstro' ou layout eletrônico, e o storyboard animado ou animatic, deverão ser apresentados em um único CD, DVD ou pen drive, executáveis em sistema operacional Windows.

9.37. Nessas mídias de apresentação (CD, DVD ou pen drive), não poderão constar informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação da licitante, ou de qualquer anunciante, somente a marca do seu fabricante.

9.38. Os exemplos não serão avaliados sob os critérios utilizados para peças finalizadas, mas apenas como referências das propostas a serem produzidas, independente da forma escolhida pela licitante para a apresentação.

9.39. Para facilitar seu cotejo, cada exemplo deverá trazer indicação do tipo de peça (exemplos: cartaz, filme TV, spot rádio, anúncio revista, banner internet), de acordo com as seguintes orientações:

9.40. a) texto em fonte Arial, cor preta, tamanho de 12 pontos;

9.41. b) nos casos de "monstro" ou layout eletrônico e de storyboard animado ou animatic, que deverão ser apresentados em um único CD, DVD ou pen drive, a indicação do tipo de peça deve ocorrer nos nomes dos arquivos salvos, uma vez que essa mídia deve ser apresentada na condição original, somente com a marca do fabricante, conforme descrito anteriormente.

9.42. Para fins de cômputo das peças que poderão ser apresentadas fisicamente como exemplos, até o limite de 10 (dez), devem ser observadas as seguintes regras:

a) as reduções e variações de formato serão consideradas como novas peças;

a) cada peça apresentada como parte de um kit será computada no referido limite;

b) uma peça sequencial, para qualquer meio (a exemplo de anúncio para revista e jornal, banner de internet e painéis sequenciais de mídia exterior, tais como outdoor, envelopamento de veículo, adesivagem de finger, entre outros), será considerada 01 (uma) peça, se o conjunto transmitir mensagem única;

c) um hotsite e todas as suas páginas serão considerados 01 (uma) peça;

d) um filme e o hotsite que o hospeda serão considerados 02 (duas) peças;

e) um banner e o hotsite por ele direcionado serão considerados 02 (duas) peças.

9.43. Na apresentação de proposta de hotsite, não podem ser inseridos vídeos ou imagens em movimento.

9.44. **Subquestito 4 - Estratégia de Mídia e Não Mídia** - constituída de apresentação e defesa das soluções de mídia e não mídia recomendadas, em consonância com a Estratégia de Comunicação Publicitária proposta, contemplando:

I. estratégia de mídia: proposição e defesa dos meios e dos recursos próprios de comunicação do contratante a serem utilizados para o alcance dos objetivos da campanha, sob a forma de textos, tabelas, gráficos ou planilhas;

I. tática de mídia: detalhamento da estratégia de mídia, por meio da apresentação e defesa dos critérios técnicos considerados na seleção dos veículos de divulgação e na definição dos respectivos investimentos, dos formatos e períodos de veiculação, sob a forma de textos, tabelas, gráficos ou planilhas;

**TERMO DE REFERÊNCIA**

II. plano de mídia: composto por planilhas de programação das inserções sugeridas, contendo os valores por veículos de divulgação, formatos das peças, períodos de veiculação, quantidade de inserções, nomes de programas, faixas horárias, custos relativos (CPM, CPP, CPC etc.) e demais informações que a licitante considerar relevantes;

III. simulação dos parâmetros de cobertura e frequência previstos no plano de mídia (para os meios em que seja possível a mensuração dessas variáveis), sob a forma de textos, tabelas, gráficos ou planilhas. Todas as peças publicitárias, que integrarem a relação deverão estar contempladas na Estratégia de Mídia e Não Mídia proposta.

9.45. O plano de mídia proposto deverá apresentar um resumo geral com informações sobre, pelo menos:

- a) o período de veiculação, exposição ou distribuição das peças publicitárias;
- a) as quantidades de inserções das peças em veículos de divulgação;
- b) os valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em veículos de divulgação, separadamente por meios;
- c) os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção e na execução técnica de cada peça publicitária destinada a veículos de divulgação;
- d) as quantidades a serem produzidas de cada peça publicitária de não mídia;
- e) os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção de cada peça publicitária de não mídia;
- f) os valores (absolutos e percentuais) alocados na distribuição de cada peça publicitária de não mídia.
- g) os valores (absolutos e percentuais) alocados no desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias.

9.46. Nessa simulação:

a) os preços das inserções em veículos de comunicação deverão ser os de tabela cheia, vigentes na data de publicação do Aviso de Licitação;

a) deverá ser desconsiderado o repasse de parte do desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do Artigo 11 da Lei nº 4.680/1965;

b) deverão ser desconsiderados os custos internos e os honorários sobre todos os serviços de fornecedores e veículos.

c) para veículos de comunicação e divulgação que não atuem com tabelas de preços públicas, mas que possam ser considerados como formas inovadoras de comunicação

**Compromisso**  
com a **Mudança**

RAFAEL VICENTE OTAVIANO  
Gestor de Comunicação Social  
Portaria Nº 35.160

**Prefeitura Municipal de Rondonópolis – MT**  
Avenida Duque de Caxias, 1000, Vila Aurora, CEP 78740-022.



(tais como mídia programática, trading desks e redes sociais) a licitante deverá informar o montante de investimento proposto a ser utilizado com essas ferramentas no âmbito de sua estratégia, assim como para o alcance dos objetivos previamente estabelecidos, definindo em sua proposta quais métricas serão utilizadas para atingi-los (ex: cpm, true views, taxa de impressão, geração de leads, custo por alcance, cpc, cpe, custo por visualização de vídeo, custo por curtida, entre outros). Para fins desta licitação, a publicidade em plataformas digitais, a exemplo da programação de publicidade nas redes sociais Facebook, Instagram, Twitter, Linkedin e Youtube, está inserida no conceito de forma inovadora de comunicação.

**9.47. O Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada** deverá constituir-se em cópia do Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada, sem os exemplos de peças publicitárias da Ideia Criativa, com a finalidade de proporcionar a correlação segura de autoria, observadas as seguintes características:

I - ter a identificação da licitante;

I - ser datado;

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

**9.48. Quesito 2 - Capacidade de Atendimento:** a licitante deverá apresentar as informações que constituem o quesito em caderno específico, orientação retrato, com ou sem uso de cores, em formato A4, ou A3 dobrado, numerado sequencialmente a partir da primeira página interna, rubricado em todas as páginas e assinado na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

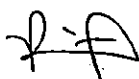
**9.49.** O caderno específico mencionado não poderá apresentar informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, que possibilite a identificação da autoria deste, antes da abertura do Invólucro nº 2.

**9.50.** A Capacidade de Atendimento será constituída de textos, tabelas, quadros, gráficos, planilhas, diagramas, fotos e outros recursos, por meios dos quais a licitante deverá apresentar:

a) relação nominal dos seus principais clientes à época da licitação, com a especificação do início de atendimento de cada um deles;

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

RAFAEL VICENTINI OTAVIANO  
Gestor de Comunicação Social  
Portaria Nº 35.160



**TERMO DE REFERÊNCIA**

- b) infraestrutura e instalações da licitante que estarão à disposição do contratante para a execução do contrato;
- c) sistemática operacional de atendimento na execução do contrato;
- d) relação das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que colocará regularmente à disposição do contratante, sem ônus adicionais, na vigência do contrato.

9.51. **Quesito 3 - Repertório:** a licitante deverá apresentar os documentos, as informações e as peças que constituem o quesito em caderno específico, orientação retrato, com ou sem uso de cores, em formato A4, ou A3 dobrado, numerado sequencialmente a partir da primeira página interna, rubricado em todas as páginas e assinado na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

9.52. Os documentos, as informações e as peças mencionadas no subitem precedente não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, que possibilite a identificação da autoria deste, antes da abertura do Invólucro nº 2.

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

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

9.55. As peças publicitárias devem ter sido veiculadas, expostas ou distribuídas a partir de 1º de janeiro de 2017.

9.56. As peças eletrônicas deverão ser fornecidas em um único DVD, CD ou pen drive, executáveis no sistema operacional Windows, podendo integrar o caderno específico ou ser apresentadas soltas.

9.57. As peças gráficas poderão integrar o caderno específico ou ser apresentadas soltas. Em todos os casos, deverá ser preservada a capacidade de leitura das peças e indicadas suas dimensões originais.

9.58. Se apresentadas soltas, as peças poderão ter qualquer formato, dobradas ou não. Para cada peça publicitária deverá ser apresentada ficha técnica com a indicação sucinta do problema que se propôs a resolver e a identificação da licitante e de seu cliente, título, data de produção, período de veiculação, exposição ou distribuição e, no caso de veiculação, menção de pelo menos um veículo que divulgou a peça.

9.59. As peças publicitárias não podem referir-se a trabalhos solicitados ou aprovados pelo contratante, no âmbito de seus contratos com agência de propaganda.



**TERMO DE REFERÊNCIA**

**9.60. Quesito 4 - Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação:** a licitante deverá apresentar os documentos, as informações e as peças que constituem o quesito em caderno específico, orientação retrato, com ou sem uso de cores, em formato A4, numerado sequencialmente a partir da primeira página interna, rubricado em todas as páginas e assinado na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

9.61. Os documentos, as informações e as peças mencionadas no subitem precedente não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, que possibilite a identificação da autoria deste, antes da abertura do Invólucro nº 2.

9.62. A licitante deverá apresentar 02 (dois) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, cada um com o máximo de 02 (duas) páginas, em que serão descritas soluções publicitárias propostas pela licitante e implementadas por seus clientes, na superação de desafios de comunicação. Cada Relato:

I – deverá ser elaborado pela licitante, em papel que a identifique;

I – deverá contemplar nome, cargo ou função e assinatura de funcionário da licitante responsável por sua elaboração;

II - não pode referir-se a ações publicitárias solicitadas ou aprovadas pelo contratante, no âmbito de seus contratos com agência de propaganda;

III – deverá estar formalmente validado pelo respectivo cliente, de forma a atestar sua autenticidade.

9.63. A validação deverá ser feita em documento apartado dos relatos, o qual não entrará no cômputo do número de página. No documento de validação constará, além do ateste dos relatos, o número do contrato, o nome empresarial do cliente, o nome do signatário, seu cargo/função e sua assinatura.

9.64. Os Relatos devem ter sido implementados a partir de 1º de janeiro de 2017.

9.65. É permitida a inclusão de até 03 (três) peças publicitárias, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça, em cada Relato, observando-se as seguintes regras:

I - as peças eletrônicas deverão ser fornecidas em um único DVD, CD ou pen drive, executáveis no sistema operacional Windows, podendo integrar o caderno específico ou ser apresentadas soltas;

I - as peças gráficas poderão integrar o caderno específico, em papel A4 ou A3 dobrado, ou ser apresentadas soltas, em qualquer formato, dobradas ou não. Em todos os casos,



PREFEITURA DE  
**RONDONÓPOLIS**  
COMPROMISSO COM A MUDANÇA

**SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO**  
**GABINETE DE COMUNICAÇÃO SOCIAL**

## **TERMO DE REFERÊNCIA**

deverá ser preservada a capacidade de leitura das peças e indicadas suas dimensões originais;

II - para cada peça publicitária, deverá ser apresentada ficha técnica com a indicação sucinta do problema que se propôs a resolver.

9.66. A ficha técnica de cada peça deverá compor o limite de páginas estabelecido para descrição do Relato.

## **10. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS**

10.1. O critério de julgamento para a classificação das licitantes será o de "**Técnica e Preço**", nos termos do Artigo 5º, da Lei Federal nº 12.232/2010 e dos Artigos 33, 34 e 35 da Lei Federal nº 14.133/2021, estabelecido o peso 70 para a Proposta Técnica e o peso 30 para a Proposta de Preços.

10.2. A Subcomissão Técnica, designada posteriormente por meio de Portaria, analisará as Propostas Técnicas das licitantes quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Termo de Referência.

10.3. Serão levados em conta pela Subcomissão Técnica, como critério de julgamento técnico, os seguintes atributos da Proposta Técnica, em cada quesito ou subquesito:

### **10.3.1. Quesito 1 - Plano de Comunicação Publicitária**

#### **Subquesito 1 - Raciocínio Básico**

a) a acuidade demonstrada na análise das características e especificidades do contratante e do contexto de sua atuação;

a) a pertinência dos aspectos relevantes e significativos apresentados, relativos às necessidades de comunicação publicitária identificadas;

b) a assertividade demonstrada na análise do desafio de comunicação a ser superado pelo contratante e no entendimento dos objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing.

#### **Subquesito 2 - Estratégia de Comunicação Publicitária**

b) a adequação do partido temático e do conceito à natureza e às atividades do contratante, bem como ao desafio e aos objetivos de comunicação;

b) a consistência da argumentação em defesa do partido temático e do conceito;

b) as possibilidades de interpretações positivas do conceito para a comunicação publicitária do contratante com o **Setor Público**;

**Compromisso**  
com a **Mudança**

RAFAEL VICENTINI  
Gestor de Comunicação Social  
Portaria Nº 35.160

**Prefeitura Municipal de Rondonópolis – MT**  
Avenida Duque de Caxias, 1000, Vila Aurora, CEP 78740-022.

**TERMO DE REFERÊNCIA**

- c) a consistência técnica dos pontos centrais da Estratégia de Comunicação Publicitária proposta;
- d) a capacidade da licitante de articular os conhecimentos sobre o contratante, o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing;
- e) a exequibilidade da Estratégia de Comunicação Publicitária, considerada a verba referencial.

**Subquesto 3 - Idéia Criativa**

- a) o alinhamento da campanha com a Estratégia de Comunicação Publicitária;
- a) a pertinência da solução criativa com a natureza do contratante, com o desafio e com os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing;
- b) a adequação das peças publicitárias ao perfil dos segmentos de público- alvo;
- c) a compatibilidade das peças publicitárias com os meios e veículos de divulgação a que se destinam;
- d) a originalidade da solução criativa e a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;
- e) a clareza e precisão das mensagens e a adequação da linguagem com os públicos-alvo;
- f) a exequibilidade das peças e de todos os elementos propostos, com base na verba referencial para investimento.

**Subquesto 4 - Estratégia de Mídia e Não Mídia**

- a) a adequação da Estratégia de Mídia e Não Mídia com as características da ação publicitária, com a verba referencial para investimento e com o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing;
- a) a consistência técnica demonstrada na proposição e defesa da estratégia, da tática e do plano de mídia;
- b) a consistência do conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de públicos alvo da campanha publicitária;
- c) a adequação da proposta no uso dos recursos próprios de comunicação do contratante e seu alinhamento com a Estratégia de Mídia e Não Mídia;
- d) o grau de eficiência e a economicidade na utilização da verba referencial para investimento, demonstrados na simulação dos parâmetros de cobertura e frequência.

#### **10.4. Quesito 2 - Capacidade de Atendimento**

- a) o porte e a tradição dos clientes, como anunciantes publicitários, e o período de atendimento a cada um;
- a) a experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias e a adequação das quantificações e qualificações desses profissionais às necessidades de comunicação publicitária do contratante;
- b) a adequação da infraestrutura e das instalações que estarão à disposição do contratante na execução do contrato;
- c) a funcionalidade do relacionamento operacional entre o contratante e a licitante;
- d) a relevância e utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que a licitante colocará regularmente à disposição do contratante.

#### **10.5. Quesito 3 - Repertório**

- a) a originalidade da solução criativa e sua adequação à natureza do cliente, ao público-alvo e ao desafio de comunicação;
- a) a clareza e precisão das mensagens e a adequação da linguagem às características dos meios e públicos-alvo;
- b) a qualidade da produção, da execução e do acabamento das peças.

#### **10.6. Quesito 4 - Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação**

- a) a evidência de planejamento estratégico por parte da licitante na proposição da solução publicitária;
- a) a demonstração de que a solução publicitária contribuiu para o alcance dos objetivos de comunicação do cliente;
- b) a complexidade do desafio de comunicação apresentado no Relato e a relevância dos resultados obtidos;
- c) o encadeamento lógico da exposição do Relato pela licitante.

10.7. A pontuação da Proposta Técnica está limitada a 100 (cem) e será apurada segundo a metodologia a seguir.

10.8. Para estabelecimento da pontuação de cada quesito e subquesito, cada membro da Subcomissão Técnica realizará um exame comparativo entre as propostas apresentadas



**TERMO DE REFERÊNCIA**

pelas licitantes e a gradação das pontuações atribuídas refletirá o maior ou menor grau de adequação de cada proposta e aos critérios de julgamento técnico estabelecidos neste Termo de Referência.

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

| NOTA PROPOSTA TÉCNICA |                                                 |                  |
|-----------------------|-------------------------------------------------|------------------|
| ITEM                  | QUESITOS/SUBQUESITOS                            | PONTUAÇÃO MÁXIMA |
| 1                     | Plano de Comunicação Publicitária               | 55               |
| 1.1                   | Raciocínio Básico                               | 5                |
| 1.2                   | Estratégia de Comunicação Publicitária          | 20               |
| 1.3                   | Ideia Criativa                                  | 20               |
| 1.4                   | Estratégia de Mídia e não Mídia                 | 10               |
| 2                     | Capacidade de Atendimento                       | 25               |
| 3                     | Repertório                                      | 10               |
| 4                     | Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação | 10               |
| TOTAL                 |                                                 | 100              |

A soma dos itens 1.1, 1.2, 1.3 e 1.4 totalizam a pontuação do item 1 (Plano de Comunicação Publicitária).

10.10. Se a licitante não observar as quantidades estabelecidas para apresentação do Repertório e dos Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, sua pontuação máxima, nesses quesitos, será proporcional às quantidades por ela apresentadas, sendo a proporcionalidade obtida mediante a aplicação de regra de três simples, em relação às respectivas pontuações máximas previstas.

10.11. A pontuação de cada quesito corresponderá à média aritmética dos pontos atribuídos por cada membro da Subcomissão Técnica, considerando-se 02 (duas) casas decimais.

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

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

10.14. Será desclassificada a Proposta Técnica que incorrer em qualquer uma das seguintes situações:

a) apresentar qualquer informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação da autoria do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, antes da abertura do Invólucro nº 2;

a) não alcançar, no total, 80 (oitenta) pontos;

b) obtiver pontuação zero em qualquer um dos quesitos ou subquesitos.

10.15. Poderá ser desclassificada a Proposta Técnica que não atender às demais exigências do Edital, a depender da gravidade da ocorrência.

10.16. A Pontuação Técnica de cada Licitante corresponderá à soma dos pontos dos 04 (quatro) quesitos: Plano de Comunicação Publicitária, Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação.

10.17. A Pontuação Técnica da Licitante será considerada na identificação do seu Índice Técnico, no julgamento final das propostas técnicas e de Preços (na composição da Nota Final Geral).

RAFAEL VICENTINI CAMARGO  
Gestor de Comunicação Social  
Portaria Nº 35.160



PREFEITURA DE  
**RONDONÓPOLIS**  
COMPROMISSO COM A MUDANÇA

SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO  
GABINETE DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

TERMO DE REFERÊNCIA

## 11. ENTREGA DA PROPOSTA DE PREÇOS

11.1. No Invólucro nº 4 deverá estar acondicionada a Proposta de Preços das licitantes.

11.2. O Invólucro nº 4 deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

**Invólucro nº 4** Proposta de Preços Nome empresarial e CNPJ da licitante e número da Concorrência – Prefeitura Municipal de Rondonópolis.

11.3. O Invólucro nº 4 deverá ser providenciado pela licitante e poderá ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável quanto às informações de que trata, até sua abertura.

## 12. APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇO

12.1. A Proposta de Preços da licitante deverá ser elaborada de acordo com o Modelo de Proposta de Preços e apresentada em caderno único, em papel que a identifique, com suas páginas numeradas sequencialmente, sem emendas ou rasuras, datada, assinada na última página e rubricada nas demais, por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

12.2. O prazo de validade da Proposta de Preços deverá ser de, no mínimo,

120 (cento e vinte) dias corridos, contados de sua apresentação. Caso a licitante fixe um prazo de validade inferior ao exigido ou, ainda, esteja com o prazo de validade de sua proposta expirado na sessão de abertura dos invólucros com as Propostas de Preços, ao Agente de Contratação e equipe de apoio realizará com ela diligência nos termos do § 2º, do art. 59, da Lei Federal nº 14.133/2021, como forma de prorrogar validade da proposta vencida.

12.3. A licitante que não aceitar prorrogar o prazo de validade expirado na abertura dos invólucros com as Propostas de Preços ou antes do encerramento do certame será desclassificada.

## 13. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS DE PREÇOS

13.1. O critério de julgamento para a classificação das licitantes será o de "**Técnica e Preço**", nos termos do Artigo 5º, da Lei Federal nº 12.232/2010 e dos Artigos 33, 34 e 35, da Lei Federal nº 14.133/2021, estabelecido o **peso 70 para a Proposta Técnica e o peso 30 para a Proposta de Preços.**

13.2. As Propostas de Preços das licitantes classificadas no julgamento das Propostas Técnicas serão analisadas quanto ao atendimento das condições estabelecidas no Edital. Será desclassificada a Proposta de Preços que apresentar preços baseados em outra

Compromisso

com a

Mudança

RAFAEL VICENTINI OTAVIANO  
Gestor de Comunicação Social  
Portaria Nº 35.160

Prefeitura Municipal de Rondonópolis – MT  
Avenida Duque de Caxias, 1000, Vila Aurora, CEP 78740-022.

**TERMO DE REFERÊNCIA**

Proposta ou que contiver qualquer condicionante para a entrega dos bens e serviços. Se houver divergência entre o percentual expresso em algarismos e o expresso por extenso, ao Agente de Contratação e equipe de apoio considerará o preço por extenso.

13.3. O desconto sobre a tabela de custos internos, desenvolvida pelo Sindicato das Agências de Publicidade do Estado de Mato Grosso (SINAPRO- MT), é item de pontuação, conforme consta a seguir:

50% de desconto – 50 pontos;

de 35% a 49% – 40 pontos;

de 30% a 34% – 30 pontos;

de 25% a 29% – 20 pontos;

abaixo de 25% – 10 pontos.

13.4. O honorário sobre o preço faturado pelos fornecedores de produção também é item de pontuação:

até 5% sobre o valor faturado pelo fornecedor – 50 pontos;

de 6% a 7% sobre o valor faturado pelo fornecedor – 40 pontos;

de 8% a 10% sobre o valor faturado pelo fornecedor – 30 pontos;

de 11% a 13% sobre o valor faturado pelo fornecedor – 20 pontos;

entre 14% e 15% sobre o valor faturado pelo fornecedor – 10 pontos.

13.5. Serão consideradas as melhores propostas comerciais aquelas que atingirem as maiores pontuações por meio da fórmula abaixo:

$$NPP = D1 + D2$$

NPP – Nota da Proposta de Preços

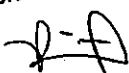
D1– Pontuação do desconto sobre a Tabela de Custos Internos (SINAPRO- MT)

D2 – Pontuação do desconto sobre o honorário de produção.

## **14. JULGAMENTO FINAL DAS PROPOSTAS TÉCNICAS E DE PREÇOS**

RAFAEL VICENTINI OTAVIANO  
Gestor de Comunicação Social  
Portaria Nº 35.160

**Compromisso**  
com a **Mudança**



**Prefeitura Municipal de Rondonópolis – MT**  
Avenida Duque de Caxias, 1000, Vila Aurora, CEP 78740-022.

TERMO DE REFERÊNCIA

14.1. A pontuação final será obtida por meio de média aritmética ponderada, observando os pesos definidos para as duas notas finais (Nota da Proposta Técnica e Nota da Proposta de Preços), conforme a fórmula abaixo.

$$\text{NFG} = (\text{NPT} \times 7) + (\text{NPP} \times 3) \div 10$$

NFG – Nota Final Geral

NPT – Nota da Proposta Técnica

7 – peso 70 estabelecido à nota da Proposta Técnica

NPP – Nota da Proposta de Preços

3 – peso 30 estabelecido à nota da Proposta de Preços

14.2. Havendo empate, o desempate se dará por meio da atribuição da maior nota aos quesitos da Proposta Técnica, na seguinte ordem:

1) Estratégia de Comunicação Publicitária;

1) Ideia Criativa;

2) Raciocínio Básico;

3) Estratégia de Mídia e Não Mídia.

14.3. Após a utilização do critério de desempate descrito acima, persistindo o empate, a decisão será feita com base nos critérios previstos no art. 60 da Lei nº 14.133, de 2021.

14.4. Se ainda assim, persistindo o empate, a decisão será feita através de sorteio.

14.5. Não se considerará qualquer outra oferta e vantagem não prevista no Edital, nem percentual de desconto ou vantagem, baseados em ofertas de outras licitantes.

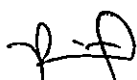
14.6. Não se admitirá proposta que apresente preços simbólicos, irrisórios ou de valor zero, incompatíveis com os preços de mercado.

14.7. Serão vencedoras desta concorrência **as 04 (quatro) licitantes** que mantiverem as condições de participação estabelecidas anteriormente e que:

a) tenham obtido a maior Nota Final Geral (NFG); e

a) tenham sido habilitadas.

RAFAEL VICENTINI OTAVIANO  
Gestor de Comunicação Social  
Portaria Nº 35.160





## 14.8. ENTREGA DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

14.9. Os Documentos de Habilitação deverão ser entregues ao Agente de Contratação e equipe de apoio pelas licitantes classificadas no julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços, no dia, hora e local previstos na convocação da sessão a ser realizada para esse fim.

14.10. A licitante classificada que não apresentar os Documentos de Habilitação na referida sessão será alijada do certame, exceto diante da ocorrência de nenhuma licitante ser habilitada, o que requer a convocação novamente de todas as classificadas.

14.11. Os Documentos de Habilitação deverão ser entregues acondicionados no Invólucro nº 5, que deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

**Invólucro nº 5** Documentos de Habilitação Nome empresarial e CNPJ da licitante e número da Concorrência – Prefeitura Municipal de Rondonópolis.

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

## 15. APRESENTAÇÃO DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

15.1. Os documentos de Habilitação deverão ter todas as suas páginas rubricadas por representante legal da licitante e ser apresentados:

I - em via original; ou

I - sob a forma de publicação em órgão da imprensa oficial; ou

II - em cópia autenticada por cartório competente, quando a lei assim o exigir ou por certidões expedidas por sistemas mantidos pela Administração Pública; ou

III - em cópia não autenticada, desde que seja exibida a via original, para conferência pelo Agente de Contratação e equipe de apoio, no ato de entrega dos Documentos de Habilitação.

15.2. Os Documentos de Habilitação deverão ser acondicionados em caderno específico, com suas páginas numeradas sequencialmente, na ordem em que figuram no Edital.

15.3. Só serão aceitas cópias legíveis, que ofereçam condições de análise por parte do Agente de Contratação e equipe de apoio.

RAFAEL VICENTINI OTAVIANO  
Gestor de Comunicação Social  
Portaria Nº 35.160



PREFEITURA DE  
**RONDONÓPOLIS**  
COMPROMISSO COM A MUDANÇA

**SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO  
GABINETE DE COMUNICAÇÃO SOCIAL**

**TERMO DE REFERÊNCIA**

15.4. Para se habilitar, a licitante deverá apresentar a documentação, na forma prevista a seguir:

**15.5. Habilitação Jurídica**

a) ato constitutivo, estatuto ou contrato social em vigor, devidamente registrado, em se tratando de sociedades empresariais e, no caso de sociedade por ações, acompanhado de documentos de eleição de seus administradores;

a1) os documentos mencionados na alínea 'a' deverão estar acompanhados de suas alterações ou da respectiva consolidação, devendo constar, entre os objetivos sociais, a execução de atividades da mesma natureza ou compatível com o objeto desta concorrência;

a) inscrição do ato constitutivo em cartório de Registro Civil de Pessoas Jurídicas, no caso de sociedades simples, acompanhada de prova da diretoria em exercício;

b) ato de autorização, quando se tratar de empresa ou sociedade estrangeira em funcionamento no País, e ato de registro ou autorização para funcionamento, expedido pelo órgão competente, quando a atividade assim o exigir;

c) registro comercial, em caso de empresa individual.

**15.6. Regularidade Fiscal e Trabalhista**

a) prova de inscrição no Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica - CNPJ/MF;

a) prova de inscrição no cadastro de contribuintes estadual ou municipal, se exigível, relativa ao domicílio ou sede da licitante, pertinente ao seu ramo de atividade e compatível com o objeto desta concorrência;

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

c) Certidões Negativas de Débitos ou de não contribuinte expedidas por órgãos das Secretarias de Fazenda do Estado e do Município em que estiver localizada a sede da licitante;

d) Certificado de Regularidade de Situação do Fundo de Garantia do Tempo de Serviço - FGTS, em vigor na data de apresentação dos Documentos de Habilitação;

e) Certidão Negativa de Débito Trabalhista (CNDT) que comprove a inexistência de débitos inadimplidos perante a Justiça do Trabalho.

f) Relatório/Extrato do Cadastro de Empresas Inidôneas e Suspensas – CEIS, do Portal Transparência da Controladoria Geral da União e Controladoria Geral do Estado;

g) Consulta Consolidada de Pessoa Jurídica do Tribunal de Contas da União;

h) Consulta Consolidada de Pessoa Jurídica do Tribunal de Contas do Estado de Mato Grosso;

15.7. Será considerada em situação regular a licitante cujo débito com as fazendas públicas ou com a seguridade social esteja com a exigibilidade suspensa.

15.8. Serão aceitas certidões positivas com efeito de negativa.

15.9. Será considerada como válida pelo prazo de 90 (noventa) dias, contados a partir da data da respectiva emissão, a certidão que não apresentar prazo de validade, exceto se anexada legislação específica indicativa de prazo distinto.

**15.10. Qualificação Técnica:**

a) declaração(ões), expedida(s) por pessoa(s) jurídica(s) de direito público ou privado, que ateste(m) que a licitante prestou à(s) declarante(s) serviços compatíveis com os do objeto desta concorrência;

a) certificado de qualificação técnica de funcionamento, emitido pelo Conselho Executivo das Normas Padrão (CENP) ou por entidade equivalente legalmente reconhecida como fiscalizadora e certificadora das condições técnicas de agências de propaganda, conforme disposto no § 1º do art. 4º da Lei nº 12.232/2010;

b1) o certificado de qualificação técnica de funcionamento emitido para a matriz da agência valerá para a filial;

b2) o documento obtido no site do CENP ou da entidade equivalente terá sua validade verificada pelo Agente de Contratação e equipe de apoio.

**15.11. Qualificação Econômico-financeira**

a) Certidão Negativa de falência e de recuperação judicial ou extrajudicial expedida pelo distribuidor da sede fiscal da licitante, dentro do prazo de validade;

a1) caso não conste prazo de validade, será aceita a certidão emitida em até 90 (noventa) dias corridos, antes da data de apresentação dos Documentos de Habilitação;

a2) no caso de praças com mais de um cartório distribuidor, deverão ser apresentadas as certidões de cada distribuidor;

a) balanço patrimonial e demonstrações contábeis do último exercício social, já exigíveis e apresentados na forma da lei, que comprove a boa situação financeira da licitante, vedada



PREFEITURA DE  
**RONDONÓPOLIS**  
COMPROMISSO COM A MUDANÇA

**SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO  
GABINETE DE COMUNICAÇÃO SOCIAL**

**TERMO DE REFERÊNCIA**

a sua substituição por balancetes ou balanços provisórios, que comprove a boa situação financeira da empresa, podendo ser atualizados por índices oficiais quando encerrados a mais de 03 (três) meses da data de apresentação dos Documentos de Habilitação;

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

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

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

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

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

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

IV. para as empresas que escrituram por meio do Sistema Público de Escrituração Digital – SPED, impressão dos seguintes arquivos gerados pelo referido sistema:

a) termo de autenticação com a identificação do autenticador;

b) balanço patrimonial e demonstrações contábeis;

c) termo de abertura e encerramento;

**Compromisso**  
côo a **Mudança**

RAFAEL VICENTINI OTAVIANO  
Gestor de Comunicação Social  
Portaria nº 25.160

**Prefeitura Municipal de Rondonópolis – MT**  
Avenida Duque de Caxias, 1000, Vila Aurora, CEP 78740-022.

d) requerimento de autenticação de Livro Digital;

e) recibo de entrega de Escrituração Contábil Digital.

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

a) balanço de abertura, no caso de sociedades sem movimentação;

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

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

a) do balanço cujos índices de Liquidez Geral (LG), de Solvência Geral (SG) e de Liquidez Corrente (LC), resultantes da aplicação das fórmulas a seguir, terão de ser maiores que um (>01):

$$\text{LG} = \frac{\text{Ativo Circulante} + \text{Realizável a Longo Prazo}}{\text{Passivo Circulante} + \text{Exigível a Longo Prazo}}$$

$$\text{SG} = \frac{\text{Ativo Total}}{\text{Passivo Circulante} + \text{Exigível a Longo Prazo}}$$

$$\text{LC} = \frac{\text{Ativo Circulante}}{\text{Passivo Circulante}}$$

$$\text{LC} = \frac{\text{Ativo Circulante}}{\text{Passivo Circulante}}$$

a) do balanço cujo Índice de Solvência, obtido conforme fórmula a seguir, terá de ser maior ou igual a um (> ou = a 01):

$$\text{S} = \frac{\text{Ativo Total}}{\text{Passivo Exigível Total}}$$

15.14. Os índices serão calculados pela licitante e confirmados pelo responsável por sua contabilidade, contador ou outro profissional equivalente, mediante sua assinatura e indicação de seu nome e registro no respectivo conselho de classe profissional.

15.15. A licitante que apresentar resultado igual ou menor que 01 (um), no cálculo de quaisquer dos índices referidos, ou menor que 01 (um), no cálculo do índice referido na alínea 'b', para ser considerada habilitada no quesito Qualificação Econômico-financeira, deverá incluir, no Invólucro nº 5, comprovante de que possui, no mínimo, patrimônio líquido no valor correspondente a 1% do valor a ser contratado.



### 15.16. Declarações:

a) declaração, na forma regulamentada pelo Decreto nº 4.358/2002, de que cumpre o disposto no inciso XXXIII do art. 7º da Constituição Federal;

a) que inexistem impedimentos para a participação, na forma dos casos previstos em edital;

b) Elaboração independente de Proposta.

15.17. Todos os documentos deverão estar em nome da licitante. Se a licitante for matriz, os documentos deverão estar com o número do CNPJ da matriz. Se for filial, os documentos deverão estar com o número do CNPJ da filial, salvo aqueles que, por sua natureza, comprovadamente, são emitidos em nome da matriz.

## 16. ANÁLISE DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

16.1. O Agente de Contratação e equipe de apoio analisará os Documentos de Habilitação das licitantes classificadas no julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços, desde que cumpridas as condições de participação, e julgará habilitadas as que atenderem integralmente aos requisitos de habilitação exigidos no Edital.

16.2. Se nenhuma licitante restar habilitada, o Agente de Contratação e equipe de apoio reabrirá a fase de Habilitação, com nova convocação de todas as licitantes classificadas, para reapresentarem os respectivos documentos, no prazo de 10 (dez) dias úteis, em atenção aos princípios da eficiência e da economicidade, mantidas, neste caso, todas as condições preestabelecidas.

## 17. AGENTE DE CONTRATAÇÃO, EQUIPE DE APOIO E SUBCOMISSÃO TÉCNICA

17.1. Esta concorrência será processada e julgada pelo Agente de Contratação e equipe de apoio, que será designado por autoridade competente por meio de Portaria.

17.2. As Propostas Técnicas serão analisadas e julgadas por Subcomissão Técnica, definida por meio de chamamento público conforme preconiza o § 1º do art. 10 da Lei nº 12.232/2010, constituída por pelo menos 03 (três) membros que sejam formados em Comunicação, Publicidade ou Marketing ou que atuem em uma dessas áreas.

17.3. Na composição da Subcomissão Técnica, 1/3 (um terço) dos integrantes não terá vínculo funcional ou contratual com o contratante. A escolha dos membros da Subcomissão Técnica dar-se-á por sorteio, em sessão pública, entre os nomes de uma relação que terá 12 (doze) integrantes com vínculo com o contratante e 06 (seis) sem vínculo com o contratante, por eles previamente cadastrados.

**TERMO DE REFERÊNCIA**

17.4. Os nomes remanescentes da relação após sorteio dos 06 (seis) membros da Subcomissão Técnica serão todos sorteados para definição de uma ordem de suplência, a serem convocados nos casos de impossibilidade de participação de algum dos titulares.

17.5. Para composição da Subcomissão Técnica, o Agente de Contratação e equipe de apoio deverão solicitar a comprovação dos requisitos de qualificação dos possíveis membros da Subcomissão Técnica.

17.6. A relação dos nomes para a formação da Subcomissão Técnica será publicada no Diário Oficial do município, Jornal Estadão/MT e TCE/MT, em prazo não inferior a 10 (dez) dias da data em que será realizada a sessão pública marcada para o sorteio.

17.7. O sorteio será processado pelo Agente de Contratação e equipe de apoio, de modo a garantir o preenchimento das vagas da Subcomissão Técnica, de acordo com a proporcionalidade do número de membros com vínculo ou não com o contratante.

17.8. Até 48 (quarenta e oito) horas antes da sessão pública destinada ao sorteio, qualquer interessado poderá impugnar pessoa integrante da relação, mediante a apresentação ao Agente de Contratação e equipe de apoio de justificativa para a exclusão.

17.9. 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, nos termos do artigo 10, § 6º, da Lei Federal nº 12.232/2010;

17.10. De igual forma, o membro da Subcomissão deverá declarar-se suspeito ou impedido, imediatamente, sempre que constatar que participa do certame agência de publicidade e/ou projeto nos quais tenha trabalhado ou participado, em respeito aos princípios da impessoalidade e da transparência no julgamento das propostas, sob pena de responsabilidade, nos termos da Lei de Licitações e Contratos. A ausência de manifestação do membro teoricamente suspeito não impede que qualquer outro participante da subcomissão, tendo conhecimento dos fatos, possa alegá-los, a qualquer tempo.

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

17.12. Será necessário publicar nova relação se o número de membros mantidos depois da impugnação for inferior aos mínimos exigidos por Lei.

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

17.14. A sessão pública para o sorteio será realizada após a decisão motivada da impugnação, em data previamente designada, garantidos o cumprimento do prazo mínimo e a possibilidade de fiscalização do sorteio por qualquer interessado.



PREFEITURA DE  
**RONDONÓPOLIS**  
COMPROMISSO COM A MUDANÇA

**SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO  
GABINETE DE COMUNICAÇÃO SOCIAL**

**TERMO DE REFERÊNCIA**

17.15. O Agente de Contratação, equipe de apoio e a Subcomissão Técnica cuidarão para que a interpretação e aplicação das regras busquem o atingimento das finalidades da licitação e, conforme o caso, poderão relevar aspectos puramente formais nos Documentos de Habilitação e nas Propostas das licitantes, desde que não comprometam a lisura e o caráter competitivo desta concorrência e contribuam para assegurar a contratação da proposta mais vantajosa, nos termos do art. 5º, caput, da Lei Federal nº 14.133/2021.

17.16. O Agente de Contratação, a equipe de apoio e a Subcomissão Técnica assinarão Termo de Responsabilidade, que ficará nos autos do processo desta concorrência.

17.17. O Agente de Contratação, a equipe de apoio e a Subcomissão Técnica serão responsabilizados, na forma da lei, por eventuais ações ou omissões que prejudiquem o curso do processo licitatório.

## **18. OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA**

18.1. A agência atuará por ordem da Prefeitura Municipal de Rondonópolis, de acordo com as solicitações realizadas pelo contratante e sempre em conformidade com a legislação, com o Código de Ética dos Profissionais de Propaganda e com as demais normas correlatas que regulam a atividade.

18.2. Os serviços a serem realizados devem ser submetidos à aprovação do Gabinete de Comunicação Social responsável pela determinação de sua produção e veiculação.

18.3. A agência não poderá subcontratar outra agência de propaganda para a execução dos serviços.

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

18.5. Manter sigilo quanto às informações que necessitem.

18.6. Ter os trabalhos executados pelos profissionais indicados na comprovação da capacidade de atendimento da Proposta Técnica, que será apresentada no certame licitatório, admitida a substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior, mediante a aprovação prévia do Gabinete de Comunicação Social da Prefeitura Municipal de Rondonópolis.

18.7. Ter um representante na cidade de Rondonópolis para atender as demandas do Gabinete de Comunicação Social.

18.8. Executar todos os serviços relacionados com o objeto deste Termo de Referência, no prazo mínimo de 5 (cinco) dias úteis ou outro prazo indicado pelo Gabinete de Comunicação Social da Prefeitura Municipal de Rondonópolis.

Compromisso  
com a **Mudança**

RAFAEL VICENTINI OLIVEIRA  
Gestor de Comunicação Social  
Portaria Nº 35.160

**Prefeitura Municipal de Rondonópolis – MT**  
Avenida Duque de Caxias, 1000, Vila Aurora, CEP 78740-022.



PREFEITURA DE  
**RONDONÓPOLIS**  
COMPROMISSO COM A MUDANÇA

**SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO  
GABINETE DE COMUNICAÇÃO SOCIAL**

**TERMO DE REFERÊNCIA**

18.9. Contratar, administrar, executar e fiscalizar os contratos firmados com fornecedores de serviços especializados e veículos de divulgação, sempre após autorização expressa do contratante, respondendo pelos efeitos desses acordos, incluindo os dados e os prejuízos, diretos e indiretos, decorrentes de sua culpa.

18.9.1. A Contratada somente poderá contratar e executar qualquer serviço ou aquisição de bens com fornecedores de serviços especializados e veículos de divulgação desde que estes contenham todas as certidões de regularidade fiscal exigida conforme lei nº 14.133/21 e demais normativas vigentes.

18.10. Orientar a produção, a impressão e a distribuição das peças gráficas conforme a solicitação e aprovação do contratante e atestar a conformidade do material.

18.11. Comprometer-se com a perfeita execução de todos os serviços solicitados, obedecendo ao briefing e recomendações do Gabinete de Comunicação Social..

18.12. Envidar esforços para obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores e veículos de comunicação.

18.13. Elaborar, sempre que solicitado pelo contratante, estudo de práticas e investimentos em mídia que vêm sendo empregados.

18.14. Fazer cotações prévias de preço para os serviços a serem prestados por fornecedores, apresentando, no mínimo, 03 (três) cotações coletadas entre os fornecedores cadastrados junto a Prefeitura Municipal de Rondonópolis, todas originais, em papel timbrado, que contenham a identificação do fornecedor (com, pelo menos, nome completo, CNPJ/CPF, endereço e telefone) e a identificação (nome completo, cargo na empresa, RG e CPF) e assinatura do responsável pela cotação, além da descrição do produto ou serviço, dos valores unitário e total e, quando necessário, das especificações.

18.14.1. Promover o cadastro de todos os fornecedores junto ao sistema próprio da Prefeitura Municipal de Rondonópolis.

18.15. Nos casos de reutilizações de peças publicitárias do contratante ou parte delas, como foto ou cena específica, a contratada deverá negociar sempre as melhores condições de preço.

18.16. Transferir à parte contratante as vantagens obtidas em negociação com fornecedores de serviços especializados e com veículos de divulgação, incluindo os eventuais descontos e as bonificações na forma de tempo, espaço ou reaplicações que tenham sido concedidos.

18.17. Dar celeridade nos processos de comprovação de criação, produção e veiculação, responsabilizando-se, inclusive, pela morosidade de terceiros, no caso, fornecedores e veículos.

**Compromisso**  
com a **Mudança**

RAFAEL VICENTINI OTAVIANO  
Gestor de Comunicação Social  
Portaria Nº 35.140

**Prefeitura Municipal de Rondonópolis – MT**  
Avenida Duque de Caxias, 1000, Vila Aurora, CEP 78740-022.



**SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO  
GABINETE DE COMUNICAÇÃO SOCIAL**

**TERMO DE REFERÊNCIA**

18.18. Com relação aos processos de criação, as comprovações e demais documentações necessárias devem ser inseridas no processo em até 5 (cinco) dias após a aprovação final das peças.

18.19. Quanto aos processos de produção, o prazo para inserção de comprovação, entre outros documentos obrigatórios, é de 5 (cinco) dias após a entrega do material.

18.20. Já no que tange os processos de veiculação, a data limite para a entrega dos comprovantes, assim como os demais documentos necessários, é de 5 (cinco) dias, a contar a partir do primeiro dia após o fim da veiculação.

18.21. Cumprir os prazos de apresentação de peças, serviços ou campanhas no prazo mínimo de até 5 (cinco) dias úteis.

18.22. Em caso de atraso na comprovação de realização do serviço por prazo superior a 30 dias, fica a Contratada responsável pela notificação do prestador, renovável por mais 02 (duas) vezes a cada igual período, sob pena de cancelamento do respectivo pagamento, após as 03 (três) notificações citadas.

18.23. O não cumprimento dos prazos estabelecidos provocam à contratada sanções e penalidades, de acordo com o previsto neste Termo de Referência.

18.24. Em caso de atraso na comprovação de realização do serviço por prazo superior a 30 dias, fica a Contratada responsável pela notificação do prestador, renovável por mais 02 (duas) vezes a cada igual período, sob pena de cancelamento do respectivo pagamento, após as 03 (três) notificações citadas.

18.25. Desta forma, caso o material comprobatório não seja entregue no prazo máximo de 90 dias após a veiculação, fica a critério da Contratante o não pagamento pelo respectivo serviço, uma vez que não houve a efetiva demonstração de sua realização.

18.26. Encaminhar, após a aprovação do serviço pelo contratante e sem ônus a esse, as cópias de peças produzidas, desde que não seja para uso em veiculação de mídia paga: TV/Cinema – cópias em arquivos digitais; internet – cópias em arquivos digitais; rádio – cópias em arquivos digitais; mídia impressa e material publicitário – cópias em arquivos digitais, com arquivos em alta resolução, finalizados.

18.27. Criar e manter sempre atualizadas, em nuvem ou em outro servidor de fácil e pronto acesso à equipe do Gabinete de Comunicação Social, assumindo as despesas relacionadas, todas as peças desenvolvidas e aprovadas no ano de execução do contrato, com cópias em alta e baixa resolução e peças abertas, nos casos que houver tal possibilidade, além de documentos com as informações referentes a direitos autorais e prazos de validade desses direitos.

18.28. Criar e manter sempre atualizado um banco de imagens, em nuvem ou em outro servidor de fácil e pronto acesso à equipe do Gabinete de Comunicação Social, assumindo



PREFEITURA DE  
**RONDONÓPOLIS**  
COMPROMISSO COM A MUDANÇA

**SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO  
GABINETE DE COMUNICAÇÃO SOCIAL**

**TERMO DE REFERÊNCIA**

as despesas relacionadas, com as fotos, ilustrações, cenas e demais imagens produzidas durante a execução do contrato, assim como as informações referentes a direitos autorais e prazos de validade desses direitos.

18.29. Produzir e entregar anualmente, em meio impresso e em arquivos digitais, o portfólio dos trabalhos realizados ao contratante durante a execução do contrato, além de relatório de todas as peças desenvolvidas e produzidas, tendo como prazo final o último dia útil do último mês de vigência do contrato ou de sua prorrogação.

18.30. Efetivar as operações de pagamento referentes aos serviços prestados por veículos ou fornecedores de serviços especializados, operação que deverá ser realizada em até cinco (5) dias úteis do recebimento do pagamento realizado pela Prefeitura Municipal de Rondonópolis, preferencialmente por meio de depósito ou transferência bancária identificada.

18.31. Entregar ao contratante cópia dos comprovantes de pagamentos feitos aos fornecedores de serviços especializados e aos veículos de divulgação até o dia 10 do mês subsequente ao do pagamento realizado pelo contratante.

18.32. Entregar ao contratante, em meio eletrônico e em meio impresso, até o dia 10 de cada mês, um relatório total (mês a mês) de despesas com fornecedores de serviços especializados e veículos de divulgação, com o respectivo acompanhamento de seus pagamentos, conforme modelo definido pelo contratante, devendo conter, pelo menos, as seguintes informações: data de pagamento do contratante; data de pagamento da contratada; número da nota fiscal, valor pago e nome do favorecido.

18.33. Comunicar imediatamente ao Gabinete de Comunicação Social toda e qualquer alteração, rejeição, cancelamento ou interrupção de um ou mais serviços contratados, além de adotar instantaneamente providências para solucionar a pendência.

18.34. Responsabilizar-se pelo aumento de despesas ou perda de descontos para o contratante, gerados em decorrência de sua culpa, realizando o ressarcimento ao contratante em até dois (2) dias úteis, contados a partir do recebimento da notificação de ressarcimento.

18.35. Manter, durante a execução do contrato, todas as condições de habilitação exigidas; entre as quais, a certificação de qualificação técnica de funcionamento, de acordo com o Artigo 4º da Lei nº 12.232/2010.

18.36. Cumprir a legislação trabalhista e securitária com relação a seus empregados e, quando exigido por norma, com relação a empregados de fornecedores e veículos contratados.

18.37. Cumprir todas as leis e posturas (federais, estaduais e municipais) pertinentes, responsabilizando-se por todos os prejuízos decorrentes de infrações a que houver dado causa.

**TERMO DE REFERÊNCIA**

18.38. Prestar esclarecimentos ao contratante sobre eventuais atos ou fatos desabonadores noticiados que se envolver, independente de solicitação.

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

18.40. A contratada é responsável pelos recolhimentos de tributos que incidam ou venham a incidir sobre os serviços contratados.

18.41. Sempre que houver solicitação pelo contratante, a contratada deverá apresentar a comprovação de estarem sendo satisfeitos todos os seus encargos e obrigações trabalhistas, previdenciários e fiscais.

18.42. Permitir e oferecer condições para a mais ampla e completa fiscalização, fornecendo informações e relatórios, propiciando o acesso à documentação pertinente e aos serviços em execução e atendendo às observações e exigências apresentadas pela fiscalização.

18.43. Permitir que a auditoria interna da Prefeitura Municipal de Rondonópolis ou auditoria externa por ela indicada tenham acesso a todos os documentos relacionados à execução do contrato.

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

18.45. Obrigar-se por quaisquer responsabilidades decorrentes de ações judiciais que lhe venham a ser atribuídas por força de lei, relacionados com o cumprimento do contrato.

18.46. Responsabilizar-se por qualquer ação judicial que tenha por fundamento a legislação trabalhista ou de proteção dos direitos autorais ou à propriedade intelectual, devendo adotar providências no sentido de preservar o contratante e de mantê-lo excluído da lide, assim como de reivindicações, demandas, queixas ou representações referentes a tais assuntos. Arcar com o ônus relacionado à produção e criação de peças e campanhas que, por meio de legislação ou de entidades como o CONAR (Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária), sejam impedidas de veicular ou, uma vez veiculando, sejam retiradas do ar.

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

RAFAEL VICENTINI OTAVIANO  
Gestor de Comunicação Social  
Portaria Nº 35, 169

**TERMO DE REFERÊNCIA**

18.48. Obrigatoriedade de habilitação de Fornecedores junto a Prefeitura Municipal de Rondonópolis, com fim de demonstrar a regularidade da documentação de Habilitação Jurídica, Regularidade Fiscal e Qualificação Econômica do terceiro contratado pela agência de publicidade.

18.49. Como obrigação da contratada, que sempre que o fornecimento de bens ou serviços tiver valor superior a 0,5% do valor global do contrato, a contratada deverá proceder à coleta de orçamentos de fornecedores em envelopes fechados, que serão abertos em sessão pública, convocada e realizada sob fiscalização do contratante.

18.50. O processo de seleção interna para a escolha da contratada que executará a ação publicitária seguirá a metodologia prevista no Anexo I deste Termo de Referência, que poderá vir a ser substituído a critério da administração pública a qualquer tempo, seguindo-se todos os critérios técnicos e legais.

18.51. A relação jurídica da Contratante é direta para com as Contratadas, devendo estas se responsabilizar perante as relações jurídicas com os terceiros contratados, quais sejam, veículos, fornecedores de serviços especializados e outros.

18.52. Aceitar, nas mesmas condições contratuais, acréscimos ou supressões que se fizerem necessárias, em até 25% (vinte e cinco por cento) do valor atualizado, facultada a supressão além desse limite, mediante acordo entre as partes.

## **19. OBRIGAÇÕES DA CONTRATANTE**

19.1. Cumprir todos os compromissos financeiros assumidos com a parte contratada.

19.2. Proporcionar condições para a boa execução dos serviços, sempre de acordo com a legislação.

19.3. Fornecer e colocar à disposição da contratada todos os elementos e informações que se fizerem necessários à execução do serviço.

19.4. Fiscalizar a execução do serviço e subsidiar a contratada com informações e comunicações úteis e necessárias ao melhor e fiel cumprimento das obrigações.

19.5. Verificar o cumprimento das cláusulas contratuais relativas aos honorários devidos à contratada e às condições de contratação de fornecedores de bens e serviços especializados realizada pela contratada.

19.6. Notificar a contratada, formal e tempestivamente, sobre irregularidades observadas no cumprimento do contrato.

19.7. Notificar a contratada, por escrito e com antecedência, sobre multas, penalidades e quaisquer débitos de sua responsabilidade.



PREFEITURA DE  
**RONDONÓPOLIS**  
COMPROMISSO COM A MUDANÇA

**SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO  
GABINETE DE COMUNICAÇÃO SOCIAL**

**TERMO DE REFERÊNCIA**

19.8. Realizar até dois meses antes do encerramento de cada período contratual de 12 meses a avaliação de qualidade do atendimento, do nível técnico dos trabalhos e dos resultados concretos obtidos com as ações de comunicação sugeridos pela contratada.

19.9. Conferir os preços da tabela de cada inserção e os descontos negociados, conforme a Lei nº 12.232/2010, por ocasião da apresentação dos respectivos planos de mídia pela contratada.

19.10. O Gabinete de Comunicação Social será o responsável pela aprovação dos serviços solicitados antes da execução final, determinando assim a produção e veiculação.

19.11. Instituir processo de seleção interna entre as contratadas, cuja metodologia será disposta no Anexo I deste Termo de Referência.

a. O processo de seleção interna para a escolha da contratada que executará a ação publicitária seguirá a metodologia prevista anexa ao Termo, que poderá vir a ser substituída a critério da administração pública a qualquer tempo, seguindo-se todos os critérios técnicos e legais.

19.12. Aprovar, por meio de ordens formais a produção e veiculação de materiais publicitários.

19.13. O contratante fiscalizará o cumprimento contratual e verificará o cumprimento das especificações técnicas, podendo rejeitá-los, no todo ou em parte, quando não corresponderem ao desejado ou especificado.

19.14. Manter divulgadas em sítio próprio aberto na rede mundial de computadores as informações sobre a execução do contrato, com os nomes dos fornecedores de serviços especializados e veículos de comunicação, garantindo o acesso livre às informações de quaisquer interessados. Nomear Gestores e Fiscais para executar a fiscalização do contrato e registrar em relatório todas as ocorrências, deficiências, irregularidades ou falhas que porventura serão observadas na execução dos serviços, objetivando a imediata correção.

## **20. CONDIÇÕES E PRAZO DE PAGAMENTO**

20.1. Os pagamentos serão realizados depois da conclusão dos serviços, por campanha, após a devida prestação de contas pela agência e atestado de conformidade realizado pelo Gabinete de Comunicação Social, responsável pela fiscalização dos serviços, devidamente acompanhado de Regularidade Fiscal e Trabalhista.

20.2. De acordo com a Lei nº 12.232/2010, somente pessoas físicas ou jurídicas previamente cadastradas pelo contratante poderão fornecer às contratadas bens e serviços especializados relacionados com as atividades complementares da execução do objeto, sendo exigida sempre a apresentação pela contratada ao contratante de três (3)

**Compromisso**  
com a **Mudança**

MAEEL VICENTINI OLIVEIRA  
Gestor de Comunicação Social  
Portaria Nº 35.160 - 2019

**Prefeitura Municipal de Rondonópolis – MT**  
Avenida Duque de Caxias, 1000, Vila Aurora, CEP 78740-022.



**TERMO DE REFERÊNCIA**

orçamentos obtidos entre pessoas que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido.

20.3. A contratada fará jus ao desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, em conformidade com o Artigo 11 da Lei nº 4.680/1965 e do Decreto nº 57.690/1966. O desconto será concedido à contratada pela concepção, execução e/ou distribuição de publicidade, por ordem e conta do contratante, nos termos do Artigo 19 da Lei nº 12.232/2010. A contratada repassará ao contratante o valor correspondente a 3% (três por cento) da mídia efetivamente contratada, correspondente ao repasse parcial dos honorários de veiculação, pagos pelos veículos de comunicação às agências de propaganda, em conformidade com o Anexo B das Normas Padrão da Atividade Publicitária (CENP).

20.4. Pertencem ao 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.

20.5. A contratada não fará jus a nenhuma remuneração ou desconto de agência quando da utilização pelo contratante de créditos que a esse tenham sido concedidos por veículos de divulgação, em qualquer ação publicitária pertinente ao contrato.

20.6. O faturamento dos serviços de produção externa e veiculação deverá ser feito pelos prestadores de serviços em nome da Prefeitura Municipal de Rondonópolis, aos cuidados da contratada, por meio da qual os pagamentos serão efetuados.

20.7. A contratada cede ao contratante os direitos autorais patrimoniais de uso das ideias (incluídos estudos, análises e planos), peças, campanhas e demais materiais de publicidade, de sua propriedade exclusiva, de seus empregados ou prepostos, concebidos, criados ou produzidos em decorrência do contrato firmado. Os direitos são cedidos de forma total e definitiva para uso no Brasil ou em qualquer país do mundo.

20.8. As despesas com deslocamento de profissionais da contratada, de seus representantes ou de fornecedores por ela contratados serão de responsabilidade da contratada.

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

20.10. Para liquidação e pagamento das despesas referente aos serviços previamente autorizados pelo contratante, as contratadas deverão apresentar:

**TERMO DE REFERÊNCIA**

a) a correspondente Nota Fiscal, sem rasura e em letra legível, em nome da Prefeitura Municipal de Rondonópolis, CNPJ nº 03.347.101/0001-21, contendo o número do contrato, além das seguintes informações da contratada: nome, CNPJ e dados bancários;

a) quando referente a pagamento de fornecedores e veículos, a Nota Fiscal também deverá conter o número do documento que autorizou a veiculação ou produção do serviço e o nome empresarial do fornecedor com seu respectivo CNPJ;

b) ainda no que tange o pagamento de fornecedores e veículos, a contratada deverá apresentar os documentos comprobatórios de execução/entrega dos serviços, os documentos comprobatórios da demonstração do valor devido ao veículo, da sua tabela de preços, dos descontos negociados, dos correspondentes pedidos de inserção e da efetiva veiculação, sendo este último providenciado sem ônus ao contratante.

20.11. Os documentos de cobrança e comprovação da execução e entrega dos serviços para a liquidação e pagamento de despesas deverão ser encaminhados para o Gabinete de Comunicação Social, caso se constate algum erro ou irregularidade na documentação, poderão ser devolvidos para as devidas correções ou aceitos com a glosa da parte considerada indevida.

20.12. O contratante não pagará nenhum acréscimo pelo adiamento do pagamento em razão de pendência no cumprimento de quaisquer cláusulas constantes no contrato. Antes da efetivação do pagamento, será verificada a comprovação de regularidade da contratada, dos fornecedores e veículos de divulgação referente a:

a) Certificado de Regularidade de Situação do Fundo de Garantia do Tempo de Serviço – FGTS;

a) Certidão Negativa de Débitos relativos aos Tributos Federais e Dívida Ativa da União;

b) Certidões negativas de tributos estaduais e municipais, emitidas pelos respectivos órgãos;

c) Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas – CNDT.

20.13. A contratada apresentará os documentos comprobatórios de manutenção de suas condições de habilitação, sempre que próximos aos seus respectivos vencimentos.

20.14. O contratante não acata cobrança por meio de duplicatas ou qualquer outro título em bancos ou outras instituições do gênero.

20.15. O contratante não é obrigado a pagar nenhum compromisso assumido pela contratada que lhe venha ser cobrado diretamente por terceiros.

20.16. Correrão por conta da contratada o ônus do prazo de compensação e todas as despesas bancárias decorrentes da transferência de crédito, assim como eventuais



**TERMO DE REFERÊNCIA**

encargos financeiros, processuais e outros, decorrentes de sua inobservância quanto aos prazos de pagamento.

20.17. O contratante, na condição de fonte retentora, fará o desconto e o recolhimento dos tributos e contribuições a que seja obrigado pela legislação vigente ou superveniente, referente aos pagamentos que efetuar.

## **21. MODELO DE GESTÃO DO CONTRATO**

21.1. 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;

21.2. 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 termo aditivo;

21.3. 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;

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

21.5. Após a assinatura do contrato ou instrumento equivalente, a Prefeitura Municipal de Rondonópolis poderá convocar o representante da empresa contratada para reunião inicial para apresentação do plano de fiscalização, que conterá 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.

21.6. Outros detalhes acerca da gestão e fiscalização do contrato firmado entre a Prefeitura Municipal de Rondonópolis e as agências de publicidade poderão constar no instrumento contratual.

### **Fiscalização**

21.7. A execução do contrato deverá ser acompanhada e fiscalizada pelo(s) fiscal(is) do contrato, ou pelos respectivos substitutos (Lei nº 14.133, de 2021, art. 117, caput).

### **Gestor do Contrato**

21.8. 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, por exemplo da ordem de serviço, do registro de ocorrências,



PREFEITURA DE  
**RONDONÓPOLIS**  
"COMPROMISSO COM A MUDANÇA"

**SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO  
GABINETE DE COMUNICAÇÃO SOCIAL**

### **TERMO DE REFERÊNCIA**

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;

21.9. 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 ultrapassarem a sua competência;

21.10. 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;

21.11. O gestor do contrato emitirá documento comprobatório da avaliação realizada pelos fiscais quanto ao cumprimento de obrigações assumidas pelo contratado, com menção ao seu desempenho na execução contratual, baseado nos indicadores objetivamente definidos e aferidos, e a eventuais penalidades aplicadas, devendo constar do cadastro de atesto de cumprimento de obrigações;

21.12. 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;

21.13. 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;

21.14. 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.

## **22. DO CONTROLE E REAJUSTE DE PREÇOS**

### **Reajuste do Contrato**

22.1. Durante a vigência do Contrato, os preços inicialmente contratados são fixos e irreajustáveis pelo prazo de um ano contado da data do orçamento estimado;

22.1.1. Dentro do prazo de vigência do contrato e **mediante solicitação da contratada**, os preços contratados poderão sofrer reajuste após o interregno de um ano, exclusivamente para as obrigações iniciadas e concluídas após a ocorrência da anualidade.



PREFEITURA DE  
**RONDONÓPOLIS**  
COMPROMISSO COM A MUDANÇA

**SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO  
GABINETE DE COMUNICAÇÃO SOCIAL**

**TERMO DE REFERÊNCIA**

22.1.2. Os valores contratados serão reajustados, tendo como limite máximo a variação do Índice de Preços ao Consumidor Amplo - IPCA.

22.1.3. A aplicação do índice vincula-se à sua divulgação oficial do mês de reajuste, não devendo ser utilizado o cálculo *pró-rata*, mas sim o mês cheio.

22.1.4. Nos reajustes subsequentes ao primeiro, o interregno mínimo de um ano será contado a partir dos efeitos financeiros do último reajuste.

**PRAZO PARA A ASSINATURA DO CONTRATO**

22.2. O contrato deverá ser assinado pelas licitantes do certame no prazo de até 05 (cinco) dias úteis, contados a partir da data de convocação do Gabinete de Comunicação Social da Prefeitura Municipal de Rondonópolis, sob a pena de decair do direito à contratação, sem prejuízo das penalidades previstas no Artigo 90 da Lei nº 14.133/21 e alterações subsequentes.

**23. DAS SANÇÕES/PENALIDADES**

23.1. Comete infração administrativa, nos termos da Lei nº 14.133/2021 (art. 155) e do Decreto Municipal nº 11.685/2023 o contratado que:

23.1.1. Dar causa à inexecução parcial do contrato que cause grave dano à Administração, ao funcionamento dos serviços públicos ou ao interesse coletivo.

23.1.2. Dar causa à inexecução total do contrato.

23.1.3. Não celebrar o contrato ou não entregar a documentação exigida para a contratação, quando convocado dentro do prazo de validade de sua proposta.

23.1.4. Ensejar o retardamento da execução ou da entrega do objeto da licitação sem motivo justificado.

23.1.5. Apresentar declaração ou documentação falsa exigida para o certame ou prestar declaração falsa durante a licitação ou a execução do contrato.

23.1.6. Fraudar a licitação ou praticar ato fraudulento na execução do contrato.

23.1.7. Comportar-se de modo inidôneo ou cometer fraude de qualquer natureza.

23.1.8. Praticar atos ilícitos com vistas a frustrar os objetivos da licitação.

23.1.9. Praticar ato lesivo previsto no art. 5º, da Lei nº 12.846/2013.

23.2. Serão aplicadas ao contratado que incorrer nas infrações acima descritas as seguintes sanções:

Compromisso  
com a Mudança

RAFAEL VICENTINI OTAVIANO  
Gestor de Comunicação Social  
Portaria Nº 35.150

Prefeitura Municipal de Rondonópolis – MT  
Avenida Duque de Caxias, 1000, Vila Aurora, CEP 78740-022.



**TERMO DE REFERÊNCIA**

**23.2.1. Advertência**, quando o contratado der causa à inexecução parcial do contrato que não implique em prejuízo ou dano à administração, bem como na hipótese de descumprimento de pequena relevância praticado pelo contratado e que não justifique imposição de penalidade mais grave;

**23.2.2. Multa:**

**23.2.2.1. Moratória:** em razão do atraso injustificado: na proporção de 5 % (cinco por cento) do valor da parcela inadimplida por dia de atraso injustificado até o limite de 30 (trinta) dias corridos.

**23.2.2.1.1.** O atraso superior a 30 (trinta) dias autoriza a Administração a promover a extinção do contrato por descumprimento ou cumprimento irregular de suas cláusulas, conforme dispõe o inciso I do art. 137 da Lei n. 14.133, de 2021.

**23.2.2.2. Compensatória:** será aplicada multa de 0,5% até 30% sobre o valor do contrato, devendo a autoridade competente observar, na dosimetria da pena, as seguintes recomendações:

**23.2.2.2.1.** Em casos de inexecução parcial do contrato, que cause grave dano à Administração, ao funcionamento dos serviços públicos ou ao interesse coletivo (item 23.1.1), bem como quantos aos itens: 23.1.3 e 23.1.4, a multa será de 0,5% a 15% do valor do contrato licitado.

**23.2.2.2.2.** Em casos de inexecução total do contrato (item 35.1.2), bem como quanto aos itens: 35.1.5; 35.1.6; 23.1.7; 35.1.8 e 35.1.9) nas hipóteses de atos fraudulentos com o objetivo de obter vantagens indevidas, a multa será fixada entre 15% a 30% do valor do contrato licitado.

**23.2.2.2.3.** No caso de inexecução total, a multa será aplicada independentemente da existência ou não do prejuízo ao contratante, implicando ainda na possibilidade de rescisão do contrato.

**23.2.2.3.** Antes da aplicação da multa será facultada a defesa do interessado no prazo de 15 (quinze) dias úteis, contado da data de sua intimação.

**23.2.2.4.** Se a multa aplicada e as indenizações cabíveis forem superiores ao valor do pagamento eventualmente devido pelo contratante ao contratado, além da perda desse valor, a diferença será descontada da garantia prestada ou será cobrada judicialmente.

**23.2.2.5.** Caso o contratado não tenha nenhum valor a receber do contratante, ou os valores do pagamento e da garantia contratual forem insuficientes, o contratante concederá o prazo de 05 (cinco) dias úteis, contados do recebimento de sua intimação, para que a multa seja paga.

RAFAEL VICENTINI OTAVIANO  
Gestor de Comunicação Social  
Portaria Nº 35.160



23.2.2.6. Esgotados os meios administrativos para a cobrança dos valores devidos, o contratante providenciará o encaminhamento do processo à Procuradoria-Geral do Município para que seja realizada a cobrança judicial.

23.2.2.7. Caso o contratante tenha de recorrer ou comparecer a juízo para haver o que lhe for devido, o contratado ficará sujeita ao pagamento, além do principal do débito, da pena convencional de 10% (dez por cento) sobre o valor do litígio, dos juros de mora de 1% (um por cento) ao mês, despesas de processo e honorários de advogado, estes fixados, desde logo, em 20% (vinte por cento) sobre o valor em litígio.

23.2.2.8. A aplicação de multa de mora não impedirá que a Administração a converta em compensatória e promova a extinção unilateral do contrato com a aplicação cumulada de outras sanções previstas na Lei 14.133/2021.

**23.2.3. Impedimento de licitar e contratar, caso não se justifique imposição de penalidade mais grave.**

23.2.3.1. Essa penalidade poderá ser aplicada nas seguintes hipóteses:

23.2.3.1.1. Der causa à inexecução parcial do contrato que cause grave dano à Administração, ao funcionamento dos serviços públicos ou ao interesse coletivo;

23.2.3.1.2. Der causa à inexecução total do contrato;

23.2.3.1.3. Deixar de entregar a documentação exigida para o certame;

23.2.3.1.4. Não manter a proposta, salvo em decorrência de fato superveniente devidamente justificado;

23.2.3.1.5. Não celebrar o contrato ou não entregar a documentação exigida para a contratação, quando convocado dentro do prazo de validade de sua proposta;

23.2.3.1.6. Ensejar o retardamento da execução ou da entrega do objeto da licitação sem motivo justificado.

**23.2.4. As condutas aqui enumeradas também podem justificar a aplicação da declaração de inidoneidade quando as circunstâncias do caso concreto justificarem a imposição de penalidade mais grave.**

23.2.4.1. Declaração de inidoneidade para licitar e contratar.

23.2.4.2. A declaração de inidoneidade para licitar e contratar pode ser aplicada por qualquer ente da federação impedirá o responsável de licitar e contratar com a Administração Pública direta e indireta do município de Rondonópolis-MT pelo prazo mínimo de 3 (três) anos e máximo de 6 (seis) anos.



PREFEITURA DE  
**RONDONÓPOLIS**  
COMPROMISSO COM A MUDANÇA

**SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO  
GABINETE DE COMUNICAÇÃO SOCIAL**

**TERMO DE REFERÊNCIA**

23.2.4.2.1. Essa penalidade poderá ser aplicada nas seguintes hipóteses:

23.2.4.2.1. Apresentar declaração ou documentação falsa exigida para o certame ou prestar declaração falsa durante a licitação ou a execução do contrato;

23.2.4.2.3. Fraudar a licitação ou praticar ato fraudulento na execução do contrato;

23.2.4.2.4. Comportar-se de modo inidôneo ou cometer fraude de qualquer natureza;

23.2.4.2.5. Praticar atos ilícitos com vistas a frustrar os objetivos da licitação;

23.2.4.2.6. Praticar ato lesivo previsto no art. 5º da Lei nº 12.846/2013.

23.3. Todas as sanções previstas neste Contrato poderão ser aplicadas cumulativamente com a multa (art. 156, §7º, da Lei nº 14.133, de 2021).

23.4. A aplicação das sanções previstas neste Contrato não exclui, em hipótese alguma, a obrigação de reparação integral do dano causado ao contratante (art. 156, §9º, da Lei nº 14.133, de 2021).

23.5. A aplicação de qualquer das penalidades previstas realizar-se-á em processo administrativo que assegurará o contraditório e a ampla defesa, observando-se o procedimento previsto na Lei nº 14.133/2021 e no Decreto Municipal nº 11.685/2023.

23.6. A autoridade competente, na aplicação das sanções, levará em consideração:

23.6.1. a natureza e a gravidade da infração cometida;

23.6.2. as peculiaridades do caso concreto;

23.6.3. as circunstâncias agravantes ou atenuantes;

23.6.4. os danos que dela provierem para o contratante;

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

23.7. Os atos previstos como infrações administrativas na Lei nº 14.133, de 2021, ou em outras leis de licitações e contratos da Administração Pública que também sejam tipificados como atos lesivos na Lei nº 12.846, de 2013, serão apurados e julgados conjuntamente, nos mesmos autos, observados o rito procedimental e autoridade competente definidos na referida Lei e nos demais regulamentos complementares.

23.8. A personalidade jurídica do Contratado poderá ser desconsiderada sempre que utilizada com abuso do direito para facilitar, encobrir ou dissimular a prática dos atos ilícitos previstos neste Contrato ou para provocar confusão patrimonial, e, nesse caso, todos os efeitos das sanções previstas neste Contrato serão estendidos à pessoa jurídica serão estendidos aos seus

**Compromisso**  
com a **Mudança**

RAFAEL VICENTINI OTAVIANO  
Gestor de Comunicação Social  
Portaria Nº 35.160

*RA*

**Prefeitura Municipal de Rondonópolis – MT**  
Avenida Duque de Caxias, 1000, Vila Aurora, CEP 78740-022.

**TERMO DE REFERÊNCIA**

administradores e sócios com poderes de administração, à pessoa jurídica sucessora ou à empresa do mesmo ramo com relação de coligação ou controle, de fato ou de direito, com o Contratado, observados, em todos os casos, o contraditório, a ampla defesa e a obrigatoriedade de análise jurídica prévia.

23.9. As sanções de impedimento de licitar e contratar e declaração de inidoneidade para licitar ou contratar são passíveis de reabilitação na forma do art. 163 da Lei nº 14.133/2021.

23.10 A falha na execução contratual restará configurada quando:

23.11. A CONTRATADA cometer, nos últimos 12 (doze) meses contínuos de execução contratual, uma quantidade de infrações cujo somatório de pontos correspondentes, conforme a Tabela 1 atinja ou ultrapasse 10 (dez) pontos:

**Tabela 1 – Correspondência entre Grau da Infração e Quantidade de Pontos**

| GRAU DA INFRAÇÃO | QUANTIDADE DE PONTOS  |
|------------------|-----------------------|
| LEVE             | 1 PONTO POR INFRAÇÃO  |
| MÉDIA            | 2 PONTOS POR INFRAÇÃO |
| GRAVE            | 3 PONTOS POR INFRAÇÃO |

23.12. Comprovadas as falhas e atingida a pontuação estabelecida anteriormente, a CONTRATANTE poderá aplicar as sanções, por infração, conforme os graus, as correspondências, as descrições e as incidências estabelecidas na Tabela 2 e na Tabela 3, apresentadas a seguir:

RAFAEL VICENTINI OTAVIANO  
 Gestor de Comunicação Social  
 Portaria Nº 35.160



PREFEITURA DE  
**RONDONÓPOLIS**  
COMPROMISSO COM A MUDANÇA

**SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO  
GABINETE DE COMUNICAÇÃO SOCIAL**

**TERMO DE REFERÊNCIA**

**Tabela 2 – Grau e correspondência de cada infração**

| GRAU DA INFRAÇÃO | CORRESPONDÊNCIA                                                                               |
|------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------|
| LEVE             | Advertência (na primeira infração)                                                            |
|                  | Multa no valor de 0,5%, por incidência, sobre o valor do contrato (após a primeira infração). |
| MÉDIA            | Multa no valor de 0,75%, por incidência, sobre o valor do contrato.                           |
| GRAVE            | Multa no valor de 1,0%, por incidência, sobre o valor do contrato.                            |

**Tabela 3 – Infrações**

| ITEM | DESCRIÇÃO                                                                                                                                     | GRAU  | INCIDÊNCIA     |
|------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|----------------|
| 1    | Não operar como organização completa prejudicando o fornecimento dos serviços com elevada qualidade                                           | GRAVE | SEMESTRAL      |
| 2    | Demora para centralizar o comando da publicidade da CONTRATANTE em Rondonópolis, onde, para esse fim, manterá escritório, sucursal ou filial. | GRAVE | POR OCORRÊNCIA |



PREFEITURA DE  
**RONDONÓPOLIS**  
COMPROMISSO COM A MUDANÇA

**SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO  
GABINETE DE COMUNICAÇÃO SOCIAL**

**TERMO DE REFERÊNCIA**

|   |                                                                                                                                                                                                                                            |       |                |
|---|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|----------------|
| 3 | Não executar, com seus próprios recursos, todos os serviços previstos no contrato, mediante demanda da CONTRATANTE.                                                                                                                        | GRAVE | SEMESTRAL      |
| 4 | Não utilizar, na elaboração dos serviços objeto deste contrato, os profissionais indicados na Proposta Técnica da concorrência que deu origem a este instrumento, para fins de comprovação da Capacidade de Atendimento.                   | LEVE  | SEMESTRAL      |
| 5 | Substituir os profissionais envolvidos na execução contratual sem o conhecimento e anuência da CONTRATANTE.                                                                                                                                | LEVE  | POR OCORRÊNCIA |
| 6 | Não envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores de bens e de serviços especializados e a veículos de divulgação ou não transferir à CONTRATANTE todas as vantagens obtidas. | GRAVE | POR OCORRÊNCIA |
| 7 | Não observar rigorosamente as especificações estipuladas pela CONTRATANTE no fornecimento de produtos e serviços relacionados com o objeto deste contrato.                                                                                 | GRAVE | POR OCORRÊNCIA |
| 8 | Não exercer o controle de qualidade na execução dos serviços prestados, com base nos parâmetros determinados pela CONTRATANTE.                                                                                                             | GRAVE | POR OCORRÊNCIA |

**Compromisso**  
com a **Mudança**

RAFAEL VICENTINI OTAVIANO  
Gestor de Comunicação Social  
Portaria Nº 35.160  
*RA*

**Prefeitura Municipal de Rondonópolis – MT**  
Avenida Duque de Caxias, 1000, Vila Aurora, CEP 78740-022.

|    |                                                                                                                                                                                                                                            |       |                |
|----|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|----------------|
| 9  | Não atuar com atenção e responsabilidade na elaboração de estimativa de custos dos produtos e serviços objeto deste contrato.                                                                                                              | GRAVE | POR OCORRÊNCIA |
| 10 | Não observar as condições estabelecidas no presente contrato para o fornecimento de bens e de serviços especializados à CONTRATANTE.                                                                                                       | MÉDIA | SEMESTRAL      |
| 11 | Não observar os prazos estabelecidos pela CONTRATANTE na condução dos serviços objeto deste contrato.                                                                                                                                      | MÉDIA | POR OCORRÊNCIA |
| 12 | Provocar prejuízos e danos à CONTRATANTE devido a sua demora, omissão ou erro, na condução dos serviços objeto deste contrato.                                                                                                             | GRAVE | POR OCORRÊNCIA |
| 13 | Não tomar providências, imediatamente, em casos de alterações, rejeições, cancelamentos ou interrupções de um ou mais serviços, Mediante comunicação da CONTRATANTE.                                                                       | GRAVE | POR OCORRÊNCIA |
| 14 | Não repassar à CONTRATANTE todas as vantagens obtidas em negociação de compra de mídia, incluídos os eventuais descontos e as bonificações na forma de espaço, tempo ou reaplicações que tenham sido concedidos por veículo de divulgação. | GRAVE | POR OCORRÊNCIA |



PREFEITURA DE  
**RONDONÓPOLIS**  
COMPROMISSO COM A MUDANÇA

**SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO  
GABINETE DE COMUNICAÇÃO SOCIAL**

**TERMO DE REFERÊNCIA**

|    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |       |                |
|----|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|----------------|
| 15 | Não repassar à CONTRATANTE o desconto de antecipação de pagamento, caso esta venha a saldar compromisso antes do prazo estipulado.                                                                                                                                                                                                                                      | GRAVE | POR OCORRÊNCIA |
| 16 | Sobrepor os planos de incentivo aos interesses da CONTRATANTE, preterindo veículos de divulgação que não os concedam ou priorizando os que os ofereçam.                                                                                                                                                                                                                 | GRAVE | POR OCORRÊNCIA |
| 17 | Não negociar as melhores condições de preço, até os percentuais máximos estabelecidos neste contrato, no tocante aos direitos patrimoniais sobre trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos de autor e conexos e aos direitos patrimoniais sobre obras consagradas, nos casos de reutilizações de peças publicitárias da CONTRATANTE.                         | GRAVE | POR OCORRÊNCIA |
| 18 | Não incluir cláusula de alerta em seus pedidos de cotação junto a fornecedores de bens e de serviços especializados, quando pertinente, no sentido de que, na produção de peças publicitárias destinadas à veiculação pelas emissoras de televisão e em salas cinematográficas, seja considerado o disposto nos Arts. 44 a 46 da Lei nº 12.288/2010 (Igualdade racial). | MÉDIA | POR OCORRÊNCIA |
| 19 | Contratar fornecedores de bens e de serviços especializados ou reservar e comprar espaço ou tempo publicitário de veículos de divulgação, relacionados à execução deste contrato, sem autorização                                                                                                                                                                       | GRAVE | POR OCORRÊNCIA |

Compromisso  
com a **Mudança**

RAFAEL VICENTINI OTAVIANO  
Gestor de Comunicação Social  
Portaria nº 35.160

**Prefeitura Municipal de Rondonópolis – MT**  
Avenida Duque de Caxias, 1000, Vila Aurora, CEP 78740-022.



PREFEITURA DE  
**RONDONÓPOLIS**  
COMPROMISSO COM A MUDANÇA

**SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO  
GABINETE DE COMUNICAÇÃO SOCIAL**

**TERMO DE REFERÊNCIA**

|    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |       |                |
|----|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|----------------|
|    | prévia e por escrito da CONTRATANTE.                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |       |                |
| 20 | <p>Não providenciar Termo de Conduta, segundo o qual o veículo se responsabiliza pelos seus conteúdos ou de sites parceiros, declarando estar de acordo com os termos do Marco Civil da</p> <p>Internet, de forma a evitar ações publicitárias da CONTRATANTE em veículos de divulgação que promovam conteúdos ou atividades ilegais.</p>       | MÉDIA | POR OCORRÊNCIA |
| 21 | Não apresentar à CONTRATANTE, para autorização do plano de mídia de cada ação ou campanha publicitária, relação dos meios, praças e veículos de divulgação dos quais será possível e dos quais se revela impossível obter o relatório de checagem de veiculação, a cargo de empresa independente.                                               | LEVE  | POR OCORRÊNCIA |
| 22 | Cotar preços para o fornecimento de bens ou de serviços especializados junto a fornecedores em que: um mesmo sócio ou cotista participe de mais de um fornecedor em um mesmo procedimento de cotação; e que algum dirigente ou empregado da CONTRATADA tenha participação societária ou vínculo comercial ou de parentesco até o terceiro grau. | GRAVE | POR OCORRÊNCIA |

RAFAEL VICENTINI OTAVIANO  
Gestor de Comunicação Social  
Portaria Nº 35.160

*RA*

Compromisso  
com a **Mudança**

**Prefeitura Municipal de Rondonópolis – MT**  
Avenida Duque de Caxias, 1000, Vila Aurora, CEP 78740-022.



PREFEITURA DE  
**RONDONÓPOLIS**  
COMPROMISSO COM A MUDANÇA

**SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO  
GABINETE DE COMUNICAÇÃO SOCIAL**

**TERMO DE REFERÊNCIA**

|    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |       |                |
|----|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|----------------|
| 23 | Realizar despesas com bens e serviços especializados prestados por fornecedores, com veiculação e com qualquer outra despesa relacionada com este contrato, sem a autorização prévia da CONTRATANTE.                                                                                                                                                                                                                                                             | GRAVE | POR OCORRÊNCIA |
| 24 | <p>Recusar a encaminhar, sempre que solicitado pela CONTRATANTE, sem ônus para esta, cópia de peças produzidas, desde que não seja para uso em veiculação em mídia paga, nos seguintes formatos: - TV e Cinema; cópias em arquivos digitais; Internet; cópias em arquivos digitais; Rádio – cópias em arquivos digitais;</p> <p>Mídia impressa e outros materiais publicitários – cópias em arquivos digitais, com arquivos em alta resolução e finalizados.</p> | LEVE  | POR OCORRÊNCIA |
| 25 | Não zelar pelo irrestrito e total sigilo sobre quaisquer dados que lhe sejam fornecidos em decorrência da execução contratual, sobretudo quanto à estratégia de atuação da CONTRATANTE.                                                                                                                                                                                                                                                                          | GRAVE | POR OCORRÊNCIA |
| 26 | Divulgar informações acerca da prestação dos serviços objeto deste contrato, mesmo que acidentalmente, sem a prévia e expressa autorização da CONTRATANTE.                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | GRAVE | POR OCORRÊNCIA |
| 27 | Recusar o ressarcimento à CONTRATANTE de qualquer dano ou prejuízo oriundo de eventual quebra de sigilo das informações fornecidas.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | GRAVE | POR OCORRÊNCIA |

RAFAEL VICENTINI OTAVIANO  
Gestor de Comunicação Social  
Portaria Nº 35.160

*RFA*

Compromisso  
com a **Mudança**

**Prefeitura Municipal de Rondonópolis – MT**  
Avenida Duque de Caxias, 1000, Vila Aurora, CEP 78740-022.



PREFEITURA DE  
**RONDONÓPOLIS**  
COMPROMISSO COM A MUDANÇA

**SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO  
GABINETE DE COMUNICAÇÃO SOCIAL**

**TERMO DE REFERÊNCIA**

|    |                                                                                                                                                            |       |                |
|----|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|----------------|
| 28 | Não prestar o devido esclarecimento à CONTRATANTE sobre eventuais atos ou fatos desabonadores noticiados que envolvam a CONTRATADA.                        | GRAVE | POR OCORRÊNCIA |
| 29 | Caucionar ou utilizar o presente contrato como garantia para qualquer operação financeira.                                                                 | GRAVE | POR OCORRÊNCIA |
| 30 | Não cumprir todas as leis e posturas, federais, estaduais e municipais pertinentes ao objeto deste contrato                                                | GRAVE | POR OCORRÊNCIA |
| 31 | Não cumprir a legislação trabalhista e securitária com relação a seus empregados.                                                                          | GRAVE | POR OCORRÊNCIA |
| 32 | Não manter durante a execução deste contrato todas as condições de habilitação e qualificação, exigidas na concorrência que deu origem a este instrumento. | GRAVE | SEMESTRAL      |

23.13. As penalidades decorrentes das condutas tipificadas acima podem ser aplicadas cumulativamente entre si, desde que seu somatório não ultrapasse 10% (dez por cento) do valor atualizado da contratação, sem prejuízo das demais sanções dispostas.

## 24. ESTIMATIVAS DO VALOR DA CONTRATAÇÃO

24.1. O custo estimado total da contratação é de R\$10.000.000,00 (dez milhões de reais).

24.2. A adoção deste valor tem por base a previsão de gastos com publicidade projetada para o período e que representa a necessidade da verba para a realização do objeto do edital e do contrato administrativo, conforme Anexo III.

24.3. O valor estimado poderá ser atualizado pelo Índice de Preços ao Consumidor Amplo-IPCA (IBGE).

**Compromisso**  
com a **Mudança**

RAFAEL VICENTINI OTAVIANO  
Gestor de Comunicação Social  
Portaria Nº 35.160

**Prefeitura Municipal de Rondonópolis – MT**  
Avenida Duque de Caxias, 1000, Vila Aurora, CEP 78740-022.



## 25. PÚBLICO-ALVO

25.1. A população da cidade de Rondonópolis e seus distritos, sociedade civil - homens e mulheres, além de formadores de opinião.

## 26. ADEQUAÇÃO ORÇAMENTÁRIA

26.1. As despesas decorrentes da presente contratação correrão à conta de recursos específicos consignados no orçamento da Prefeitura Municipal de Rondonópolis;

26.2. A contratação será atendida pela seguinte dotação: **UNIDADE: 1**

**PROGRAMA: 1**

**PROJETO ATIVIDADE: 2009 – DIVULGAÇÃO INSTITUCIONAL ELEMENTO DE DESPESA: 3.3.90.39 – OUTROS SERVIÇOS DE TERCEIROS - PJ**

**CÓDIGO REDUZIDO: 38**

**FONTE: 00**

26.3. A dotação relativa aos exercícios financeiros subsequentes será indicada após aprovação da Lei Orçamentária respectiva e liberação dos créditos correspondentes, mediante apostilamento.

## 27. OBSERVAÇÕES FINAIS

27.1. É facultada ao Agente de Contratação e equipe de apoio, em qualquer fase desta concorrência, a promoção de diligência destinada a esclarecer ou complementar a instrução do processo licitatório, vedada a inclusão posterior de documento ou informação que deveria constar originalmente das Propostas Técnica e de Preços ou dos Documentos de Habilitação.

27.2. O Agente de Contratação e equipe de apoio, por solicitação expressa da Subcomissão Técnica, poderá proceder vistoria da infraestrutura que as agências apresentaram nas Propostas Técnicas (quesito Capacidade de Atendimento), que estarão à disposição do contratante para a execução do contrato.

27.3. O Agente de Contratação e equipe de apoio deverão adotar os cuidados necessários para preservar o sigilo quanto à autoria do Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada, até a abertura do Invólucro nº 2.

27.4. Até a assinatura do contrato, a licitante vencedora poderá ser desclassificada ou inabilitada se o contratante tiver conhecimento de fato desabonador à sua classificação técnica ou à sua habilitação, conhecido após o julgamento de cada fase.

27.5. Se ocorrer desclassificação ou inabilitação da licitante vencedora, por fatos referidos no parágrafo precedente, o contratante poderá convocar as licitantes remanescentes, obedecida a ordem de classificação final das Propostas Técnicas ou revogar esta concorrência.

27.6. Se, durante a execução do contrato, o instrumento firmado com a contratada não for prorrogado, ou for rescindido, nos casos previstos na legislação e no contrato, o contratante poderá convocar as licitantes remanescentes, obedecida a ordem de classificação final das Propostas Técnicas, para dar continuidade à execução do objeto do contrato, desde que concordem e se disponham a cumprir todas as condições e exigências a que estiver sujeita a signatária do contrato. É vedada a utilização de qualquer elemento, critério ou fato sigiloso, secreto ou reservado que possa, ainda que indiretamente, elidir o princípio da igualdade entre as licitantes.

27.7. Se houver indícios de conluio entre as licitantes ou de qualquer outro ato de má-fé, o contratante comunicará os fatos verificados aos órgãos e instituições competentes para que sejam tomadas as providências devidas.

27.8. É proibido a qualquer licitante tentar impedir o curso normal do processo licitatório mediante a utilização de recursos ou de meios meramente protelatórios, sujeitando-se a autora às sanções legais e administrativas aplicáveis, conforme dispõe o artigo 337-I, do Capítulo II-B, da Lei Federal nº 14.133/2021.

27.9. Antes do aviso oficial do resultado da concorrência, não serão fornecidas, a quem quer que seja, quaisquer informações referentes à adjudicação do contrato ou à análise, avaliação ou comparação entre as Propostas.

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

27.11. A nulidade do procedimento licitatório induz à do contrato, sem prejuízo do disposto no parágrafo único do artigo 148, da Lei Federal nº 14.133/2021.

27.12. A Contratante poderá cancelar de pleno direito a Nota de Empenho que vier a ser emitida em decorrência desta licitação, bem como rescindir o contrato, independentemente de interpelação judicial ou extrajudicial, desde que motivado o ato e assegurados à contratada o contraditório e a ampla defesa, caso a adjudicação seja anulada, em virtude de qualquer dispositivo legal que a autorize.

27.13. Antes da data marcada para o recebimento dos invólucros com as Propostas Técnica e de Preços, o Agente de Contratação e equipe de apoio poderão, por motivo de interesse público, por sua iniciativa, em consequência de solicitações de esclarecimentos ou de impugnações, alterar o Edital, ressalvado que será reaberto o prazo inicialmente

**TERMO DE REFERÊNCIA**

estabelecido para apresentação das Propostas, exceto quando, inquestionavelmente, a alteração não afetar a formulação das Propostas.

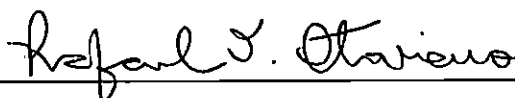
27.14. Correrão por conta do contratante as despesas que incidirem sobre a formalização do contrato, incluídas as decorrentes de sua publicação, que deverá ser efetivada em extrato, na Diário oficial do município, Jornal Estadão MT e TCE/MT, na forma prevista no parágrafo único do artigo 91, da Lei Federal nº 14.133/2021.

27.15. As questões suscitadas pelo Edital que não puderem ser dirimidas administrativamente serão processadas e julgadas no Juízo da Justiça.

27.16. Integram este Termo de Referência os seguintes Anexos:

- a) Anexo I: **METODOLOGIA PARA SELEÇÃO INTERNA DE AGÊNCIAS**
- b) Anexo II: **BRIEFING**
- c) Anexo III: **JUSTIFICATIVA DO AUMENTO DA DEMANDA**

**Rondonópolis- MT, 28 de março de 2025.**



**RAFAEL VICENTINI OTAVIANO**  
**GERENTE DE DEPARTAMENTO DE JORNALISMO**  
**MAT 134678003**

RAFAEL VICENTINI OTAVIANO  
Gestor de Comunicação Social  
Portaria Nº 35.160



**MYKAELL THIAGO DOS SANTOS**  
**VITORINO BANDEIRA**  
**SECRETÁRIO MUNICIPAL DE GOVERNO**  
**PORTARIA Nº 36.460**

## **ANEXO I**

### **METODOLOGIA PARA SELEÇÃO INTERNA DE AGÊNCIAS**

1. Em cumprimento ao disposto no art. 2º, parágrafo 4º da Lei 12.232/2010, fica instituído procedimento de seleção interna entre as agências de propaganda contratadas pela Prefeitura Municipal de Rondonópolis para prestação de serviços de publicidade institucional e de utilidade pública.

1.1. A seleção interna das agências contratadas será feita em função dos custos estimados para sua realização, de acordo com a metodologia adotada neste procedimento e em observância com os princípios da economicidade, da eficiência e da razoabilidade.

2. Para os fins deste procedimento, considera-se:

I – **Seleção Nível 1:** o procedimento de escolha de agência para a execução de ação publicitária com custo estimado em até R\$ 500.000,00 (quinhentos mil reais);

I – **Seleção Nível 2:** o procedimento de escolha de agência para a execução de ação publicitária com custo estimado de R\$ 500.001,00 (quinhentos mil e um reais) até R\$ 1.000.000,00 (um milhão de reais);

II – **Seleção Nível 3:** o procedimento de seleção de agência para a execução de ação publicitária com custo estimado superior a R\$ 1.000.000,00 (um milhão de reais).

3. A Seleção Nível 1 será feita pelo Gabinete de Comunicação Social mediante a aplicação de um dos critérios abaixo:

a) Escolha da agência que já executou ação publicitária similar, no âmbito do contrato (familiaridade da agência com o tema);

a) Escolha da agência que estiver em melhores condições para desenvolver a ação;

b) Reaproveitamento de linha criativa desenvolvida pela agência;

3.1. O Gabinete de Comunicação Social consignará no procedimento de seleção o critério em que se apoiou para sua decisão.

4. Seleção Nível 2 será feita mediante aplicação dos procedimentos previstos nos subitens 4.1 a 4.5.

4.1. O Gabinete de Comunicação Social solicitará às agências que apresentem, na data indicada, o desenvolvimento da Ideia Criativa, com base no briefing fornecido pelo Gabinete de Comunicação Social, a qual será avaliada pela Secretaria quanto à

adequação da proposta ao briefing; a interpretação favorável ao conceito da campanha; a originalidade e simplicidade da forma e dos elementos. O desenvolvimento da Ideia Criativa deverá ser elaborado no máximo em 10 páginas, fonte arial, tamanho 12 pontos

4.2. As propostas apresentadas serão analisadas pela Subcomissão Técnica, que indicará, em sua avaliação escrita, a proposta considerada adequada para atendimento da necessidade de comunicação, para posterior decisão do Gabinete de Comunicação Social, quanto ao desenvolvimento da ação.

4.2.1. A Subcomissão Técnica que fará a avaliação da seleção Nível 2 será composta pelo gestor do Gabinete de Comunicação Social e mais dois profissionais que atuam na criação de conteúdo publicitário na Prefeitura de Rondonópolis.

4.3. Caso nenhuma das propostas seja considerada adequada, o Gabinete de Comunicação Social determinará às agências que apresentem nova proposta.

4.4. As agências tomarão conhecimento do resultado da Seleção Nível 2 por comunicado formal do Gabinete de Comunicação Social.

4.5. O Gabinete de Comunicação Social poderá dispensar o procedimento de Seleção Nível 2 nos casos de:

a) Ação publicitária que decorra de proposta de iniciativa de uma das agências contratadas;

a) Reaproveitamento de linha criativa aprovada anteriormente em procedimento de Seleção nível 2;

b) Situações peculiares que requeiram urgência na realização da ação de comunicação, a exemplo das que possam causar prejuízo à segurança ou à saúde de pessoas;

5. A Seleção Nível 3 será feita mediante aplicação dos procedimentos previstos nos subitens 5.1 a 5.3.

5.1. Será fornecido pelo Gabinete de Comunicação Social às agências de propaganda um briefing que conterá todos os subsídios para que as agências possam elaborar o raciocínio básico e a ideia criativa, cada qual contido, no máximo, em 10 páginas, fonte Arial, tamanho 12 pontos, estabelecendo data para sua apresentação.

5.2. O raciocínio básico e a ideia criativa serão avaliados e pontuados de 0 (zero) a 10 (dez), tendo o raciocínio básico peso 2 e a ideia criativa peso 8.

5.3. O Raciocínio Básico será avaliado pelo grau de entendimento e compreensão do briefing e a Ideia Criativa quanto à adequação da proposta ao briefing; a interpretação favorável ao conceito da campanha; a originalidade e simplicidade da forma e dos elementos.

O resultado será comunicado formalmente às agências participantes.

Não caberá às agências participantes a apresentação de recurso da decisão.

## **ANEXO II**

### **BRIEFING**

#### **Introdução:**

A Prefeitura Municipal de Rondonópolis-MT, por meio do Gabinete de Comunicação Social e da Secretaria Municipal de Mobilidade Urbana, deseja lançar uma campanha publicitária voltada à conscientização da população sobre segurança no trânsito e melhoria da mobilidade urbana no município.

Essa iniciativa está diretamente alinhada com o Plano de Governo da atual gestão, que prevê investimentos significativos em infraestrutura viária, transporte público e educação para o trânsito, visando tornar a cidade mais segura e eficiente.

O trânsito em Rondonópolis enfrenta dificuldades históricas relacionadas ao crescimento acelerado da cidade, ao aumento da frota de veículos e à falta de cultura de respeito às normas de circulação viária. A campanha surge como um instrumento estratégico para sensibilizar motoristas, motociclistas, ciclistas, pedestres e usuários do transporte público quanto à importância de um trânsito mais consciente e colaborativo.

#### **Cenário atual do trânsito em Rondonópolis:**

- População: mais de 250 mil habitantes segundo o IBGE;
- Frota de veículos: 180 mil veículos registrados, sendo 90 mil motocicletas;
- Crescimento da frota: O número de veículos cresceu mais de 35% nos últimos 10 anos, sem que a malha viária acompanhasse essa expansão proporcionalmente;
- Acidentes em 2023: mais de 1.500 acidentes registrados (aumento de 12% em relação a 2022);
- Acidentes com mortes em 2024: 59 vidas foram perdidas no trânsito (aumento de 55,26% em relação a 2023);

- Principais causas: Excesso de velocidade, uso do celular ao volante, avanço do sinal vermelho e desrespeito às faixas de pedestres e às normas de trânsito;
- Locais com maior índice de acidentes: Avenidas Fernando Corrêa da Costa, Lions Internacional e Presidente Médici.

Além disso, há congestionamentos frequentes nas principais vias de acesso e no centro da cidade, dificuldades na integração do transporte coletivo com outros modais, problemas na infraestrutura para ciclistas e pedestres e baixa adesão ao transporte público, devido à sua percepção como ineficiente. Isso tudo, somado, leva a impactos negativos na qualidade de vida da população e reduz o crescimento do desenvolvimento econômico da cidade, onde o aumento do tempo médio no deslocamento das pessoas prejudica a produtividade e o bem-estar, atrasos no transporte público afetam diretamente os trabalhadores e estudantes, além do aumento da poluição e dos gases poluentes causados pelo crescimento da frota individual e pela falta de incentivos a transportes sustentáveis. Essas informações foram consolidadas a partir dos "Estudos de Mobilidade e Circulação Urbana e Rural" realizados em Rondonópolis, disponibilizados no site da Prefeitura (<https://www.rondonopolis.mt.gov.br/plano-diretor/materiais/>).

### **Obrigações Legais:**

Considerando que a Prefeitura Municipal de Rondonópolis-MT, além da obrigação legal de promover a comunicação pública e campanhas educativas sobre trânsito e mobilidade urbana, tem este tema como prioridade, previsto no Plano de Gestão, que está sendo posto em prática desde o início de 2025, no começo da atual administração.

### **Código de Trânsito Brasileiro (Lei nº 9.503/1997)**

- **Art. 75:** Obriga os municípios a realizarem campanhas educativas regulares e permanentes sobre segurança no trânsito.
- **Art. 320:** Determina que parte da arrecadação de multas seja destinada à educação para o trânsito.

### **Lei da Mobilidade Urbana (Lei nº 12.587/2012)**

- **Art. 18:** Obriga os municípios a incentivar a conscientização sobre o uso responsável dos modais urbanos.

### **Plano Diretor de Rondonópolis**

- **Art. 45:** Exige que mudanças na mobilidade sejam amplamente divulgadas à população.

**TERMO DE REFERÊNCIA**

Ou seja, a realização desta campanha não é apenas uma ação estratégica, mas um dever legal da Prefeitura, garantindo transparência e a construção de uma cidade mais segura, produtiva e organizada, demonstrando total compromisso com a mudança que a população espera.

**Ações em Andamento:**

Embora ainda não tenha havido tempo hábil para a implementação de grandes obras de mobilidade na cidade, a atual gestão já trabalha em ações estruturantes para melhorar a mobilidade urbana, tais como:

- Novos corredores exclusivos para ônibus, reduzindo tempo de deslocamento.
- Revitalização de ciclovias e ampliação de áreas destinadas a pedestres.
- Semáforos inteligentes e faixas elevadas para garantir maior segurança viária.
- Fiscalização mais rigorosa para reduzir infrações como excesso de velocidade e estacionamento irregular.

Assim, a atual gestão entende que a comunicação é um importante instrumento para a melhoria da qualidade de vida e um fator estratégico para a evolução da mobilidade urbana em Rondonópolis, sendo crucial para a redução de acidentes e a melhoria do fluxo viário.

**Objetivos da Campanha:**

Reduzir acidentes de trânsito e promover um trânsito mais seguro e organizado.

**Objetivos Específicos:**

- Informar e conscientizar motoristas, motociclistas, ciclistas e pedestres.
- Promover o respeito às novas infraestruturas viárias.
- Fomentar o uso do transporte público e de modais sustentáveis.

**Público-alvo:**

- Motoristas e motociclistas
- Pedestres e ciclistas
- Jovens e futuros condutores
- Usuários do transporte público
- Empresas e indústrias

**Abrangência da Campanha:**

- Município de Rondonópolis-MT.

**Duração da Campanha:**

- 60 dias.

**Investimentos e obrigações:**

O orçamento total disponível é de R\$ 800.000,00 (oitocentos mil reais) para produção e veiculação.

A campanha deve conter, obrigatoriamente:

- 01 (um) filme de 30 segundos;
- 01 (um) spot de 30 segundos para rádio;
- 01 (um) anúncio impresso para jornal ou revista;
- 01 (uma) peça de mídia out of home;
- 01 (uma) peça de não mídia;

As peças devem conter, obrigatoriamente, assinatura da Prefeitura de Rondonópolis, cujo manual de aplicação e uso da marca encontra-se disponível em <https://www.rondonopolis.mt.gov.br/orgaos-municipais/gabinete-de-comunicacao-social/>

**Recursos Próprios de Comunicação:**

- Site oficial da Prefeitura de Rondonópolis: <https://www.rondonopolis.mt.gov.br>
- Página oficial do Facebook: <https://www.facebook.com/prefrondonopolis>
- Instagram (@prefrondonopolis) <https://www.instagram.com/prefrondonopolis>

RAFAEL VICENTINI OTAVIANO  
Gestor de Comunicação Social  
Portaria Nº 35.160

## ANEXO III

### JUSTIFICATIVA DO AUMENTO DA DEMANDA

A Prefeitura Municipal de Rondonópolis-MT realizará licitação para contratação de agências de publicidade, com o intuito de investir R\$ 10.000.000,00 anuais em publicidade institucional pelos próximos quatro anos, com possibilidade de prorrogação, caracterizando serviço de natureza continuada conforme a legislação vigente. Esta justificativa visa demonstrar a legalidade e a razoabilidade dessa decisão, comparando-a com os investimentos realizados por outras entidades públicas e embasando-se em normativas e jurisprudências aplicáveis.

#### Importância da Publicidade Institucional para a Administração Pública

A publicidade institucional desempenha um papel fundamental na administração pública, servindo como um instrumento de gestão e de utilidade pública. Sua importância se manifesta em diversos aspectos:

- 1. Transparência e Prestação de Contas:** A publicidade institucional assegura que a população seja informada sobre os atos, programas, obras, serviços e campanhas dos órgãos públicos, promovendo a transparência e permitindo que os cidadãos acompanhem e fiscalizem as ações governamentais.
- 2. Educação e Orientação Social:** Por meio de campanhas educativas e informativas, a publicidade institucional contribui para a conscientização da sociedade sobre temas relevantes, como saúde pública, educação, meio ambiente e direitos humanos, promovendo mudanças de comportamento e o bem-estar coletivo.
- 3. Engajamento e Participação Cidadã:** Ao divulgar informações sobre serviços públicos e oportunidades de participação, a publicidade institucional incentiva o engajamento dos cidadãos nas políticas públicas e na tomada de decisões que afetam a comunidade.
- 4. Fortalecimento da Imagem Institucional:** Uma comunicação eficaz reforça a credibilidade e a confiança da população nas instituições públicas, essencial para a governança democrática e para a implementação de políticas públicas exitosas.
- 5. Publicidade dos Programas Propostos pela Prefeitura de Rondonópolis:** Além das campanhas de utilidade pública desenvolvidas anualmente, a gestão atual entende a importância da publicidade aos novos programas e projetos que serão executados.

Programa Gestão de Excelência: Projeto Olho nas ruas

Cidade + Segura



PREFEITURA DE

**RONDONÓPOLIS**

COMPROMISSO COM A MUDANÇA

**SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO  
GABINETE DE COMUNICAÇÃO SOCIAL**
**TERMO DE REFERÊNCIA**

Menos Burocracia

Papel Zero

Valoriza Servidor

Tudo em casa

Rondonópolis na palma da mão

1º Trampo

Cidade Inteligente

**Programa Conta Certa: Projeto Fazer Direito**

Quanto Custa?

Receita Digital

Mapa Office

Capital e Valor

**Programa Educação Nota 10: Projeto Escola Nota 10**

Saber Integral Fundamental

Família Educadora

Escola Digital

Sempre Presente

Escola do Agro

Atleta do Futuro

Dia Todo - Creche Integral

Escola Segura

Merenda Top

Busão da Educação

Mundo Azul

**RAFAEL VICENTINI OTAVIANO**  
Gestor de Comunicação Social  
Portaria Nº 35.160

**Compromisso**  
com a **Mudança**

**Prefeitura Municipal de Rondonópolis – MT**  
Avenida Duque de Caxias, 1000, Vila Aurora, CEP 78740-022.



PREFEITURA DE  
**RONDONÓPOLIS**  
COMPROMISSO COM A MUDANÇA

**SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO  
GABINETE DE COMUNICAÇÃO SOCIAL**

**TERMO DE REFERÊNCIA**

Programa Cultura da Gente: Projeto Rondonópolis é show

Casa de Cultura

Programa Esporte é Vida: Projeto Estação do Esporte

Esporte & Vida na escola

Esporte Rural

Programa Bem Te Vi: Projeto De mãos dadas

Creche do Idoso

Acolher Melhor

Qualifica+

CNH Social

Programa Cidade do Futuro: Projeto Concluir para avançar

Poeira Zero

Centro Vivo

Via Livre

Via Livre

Luz Amiga

Programa Movimenta Rondonópolis: Projeto Eu vou de ônibus

Vou de bike

Rua da paz

Sinal Verde

Programa Morar Melhor: Projeto Reforma Solidária

Meu Lugar

Escritura na Mão

Programa Crescer com Rondonópolis: Projeto Investe Mais

**Compromisso**

com a

**Mudança**

RAFAEL VICENTINI OTAVIANO  
Gestor de Comunicação Social  
Portaria Nº 35.160

**Prefeitura Municipal de Rondonópolis – MT**

Avenida Duque de Caxias, 1000, Vila Aurora, CEP 78740-022.



PREFEITURA DE  
**RONDONÓPOLIS**  
COM PROMISSO COM A MUDANÇA

**SECRETARIA MUNICIPAL DE GOVERNO  
GABINETE DE COMUNICAÇÃO SOCIAL**

**TERMO DE REFERÊNCIA**

Rondonópolis Vende Bem

Rondonópolis+S

Vem Pra Rondonópolis

Rondohub

Programa Estrada e Produção: Projeto Cooperar e Crescer

Vale Prosperidade

Progresso Concreto

Programa Cidade Verde: Projeto Semente do Futuro

Autorização Ambiental Digital

Agiliza Ambiental

Parque da Gente

Programa Protege Saúde: Projeto Vigilância Sanitária

Sentinela

Vigilância Ambiental

Prevenção e Vida

Programa Saúde da Família em 1º Lugar: Projeto Madrugadão da Saúde

Vale Consulta

Saúde no bairro

Manjedoura

Programa Zera Fila: Projeto Nova Upa

Socorro Já

Nefrovida

Hospital Municipal

Exame Certo

**Compromisso**

com a **Mudança**

RAFAEL VICENTINI OTAVIANO  
Gestor de Comunicação Social  
Portaria Nº 35.160

**Prefeitura Municipal de Rondonópolis – MT**  
Avenida Duque de Caxias, 1000, Vila Aurora, CEP 78740-022.

**TERMO DE REFERÊNCIA**

Hospitais Filantrópicos

Reabilita

Mulher Saudável

+Especialistas

+Leitos

Programa Saúde Fácil: Projeto Saúde na palma da mão

Agiliza SUS

Programa Remédio na Mão: Projeto Assistência Farmacêutica

Farmácia Popular 24hs

**MYKAELL THIAGO DOS SANTOS**  
**VITORINO BANDEIRA**  
SECRETÁRIO MUNICIPAL DE GOVERNO  
PORTARIA Nº 36.460

**RAFAEL VICENTINI OTAVIANO**  
Gestor de Comunicação Social  
Portaria Nº 35.160