

**Assembleia Legislativa do Estado de Rondônia - ALE/RO**

TERMO DE REFERÊNCIA Nº 0281204/2024-ALE/SECOM/DPUBLICIDADE

**CONTRATAÇÃO DE AGÊNCIA ESPECIALIZADA NA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS TÉCNICOS DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA, DE CARÁTER EDUCATIVO E INFORMATIVO E DE ORIENTAÇÃO SOCIAL, PARA ATENDER AS NECESSIDADES DA ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ESTADO DE RONDÔNIA**

**1. IDENTIFICAÇÃO**

- 1.1. **UNIDADE ORÇAMENTÁRIA:** Assembleia Legislativa do Estado de Rondônia.
- 1.2. **SETOR SOLICITANTE:** Superintendência de Comunicação Social- SECOM/ALE-RO.

**2. INTRODUÇÃO E BASE LEGAL**

2.1. O presente termo de referência foi elaborado em atendimento ao disposto na Lei Federal 14.133/21 e do Decreto Estadual nº 28.874/2024, o qual regulamenta as contratações públicas no âmbito da Administração Pública Direta, Autárquica e Fundacional no Estado de Rondônia, Lei Federal nº 12.232/2010, Lei Federal nº 4.680/65, Decreto Federal nº 57.690/66, o qual regulamenta a contratação de serviços de publicidade pela administração pública e dispõe sobre o exercício da profissão de Publicitário e Agenciador de Propaganda.

**3. DO OBJETO**

3.1. O objeto deste termo de referência é a contratação de empresa especializada no serviço de publicidade institucional prestados por intermédio de agência de propaganda, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a criação, a execução interna, a intermediação e supervisão da execução externa e a distribuição de ações publicitárias junto a públicos de interesse, através de veículos de comunicação e demais meios de divulgação para atender a Assembleia Legislativa do Estado de Rondônia.

3.2. Em conformidade com a Lei Federal nº 12.232/2010, constitui-se como objeto deste estudo o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o objetivo de promover a venda de bens ou serviços de qualquer natureza, difundir ideias ou informar o público em geral.

3.3. A lei é clara ao delimitar os serviços de publicidade, principalmente quando ao mesmo tempo veda outras atividades, em especial as de assessoria de imprensa, comunicação e relações públicas ou as que tenham por finalidade a realização de eventos festivos de qualquer natureza, as quais serão contratadas por meio de procedimentos licitatórios próprios. Desta maneira, proíbem-se práticas inadequadas de "contratos guarda-chuva" em contratos de publicidade, em que uma gama de serviços era inadequadamente absorvida.

3.4. Ressalta-se que o artigo 2º da Lei nº 12.232/2010 também estabelece os serviços que poderão ser incluídos como atividades complementares. Na visão de Marçal Justen Filho, tais atividades são os serviços especializados que são intrinsecamente relacionados ao serviço de publicidade, não sendo "cabível prever serviços de natureza complementar que não se

coadunem com o objeto ou com as características do objeto da publicidade" (JUSTEN FILHO, 2020, p.117). São atividades complementares os serviços especializados pertinentes a:

I - ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas. (Exemplo: pesquisas de hábitos de consumo de veículos de comunicação, pré-testes de campanhas publicitárias, pesquisas qualitativas ou quantitativas que mensuram resultados de comunicação e estabelecem novas estratégias). A lei já estabelece que é vedada a inclusão nas pesquisas e avaliações de matéria estranha ou que não guarde pertinência temática com a ação publicitária ou com o objeto do contrato de prestação de serviços de publicidade.

II - à produção e à execução técnica das peças e projetos publicitários criados. (Exemplo: produção gráfica de cartazes e folders, confecção de banners e adesivos para comunicação visual, placas de identificação, produção de spot de rádio ou vídeos para televisão).

III - - à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando à expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias. (Exemplo: criação de sites, aplicativos e impulsionamento em plataformas digitais como Google e Facebook).

3.5. Sobre as atividades complementares relacionadas no item III acima (formas inovadoras de comunicação), vive-se um cenário atual de rápidas e constantes evoluções tecnológicas. Marçal Justen Filho explana que “a regra legal não especifica o conteúdo, a amplitude ou a destinação das inovações tecnológicas a serem consideradas. Admite que as circunstâncias podem propiciar soluções insuscetíveis de previsão antecipada. O dispositivo se refere especificamente a inovações tecnológicas como um requisito de enquadramento de uma prática no tratamento jurídico previsto. A referência a novas tecnologias reflete o reconhecimento da dinâmica intensa no setor de mídias sociais e de novas soluções técnicas para a veiculação de publicidade.” (JUSTEN FILHO, 2020, p. 114).

#### **4. JUSTIFICATIVA PARA A CONTRATAÇÃO**

4.1. A necessidade da presente contratação, sob a perspectiva do interesse público, baseia-se no direito da população em conhecer/fiscalizar e no dever do administrador em divulgar/transparecer os atos praticados pela Administração. Cabe ao estado desenvolver atividades orientadas a incentivar condutas positivas, generosas e que permitam a realização dos valores de interesse coletivo.

4.2. Assim, o serviço de publicidade visa promover boas condutas, despertar novos interesses, estimular ações educativas, difundir ideias e valores tidos como socialmente desejáveis. Os interesses envolvidos na publicidade estatal, diferentemente do setor privado que pode se utilizar da publicidade para acumulação de capital, relacionam-se à promoção da dignidade humana e à satisfação das necessidades coletivas.

4.3. A comunicação governamental se baseia no princípio constitucional da Publicidade, disposto no artigo 37 da Constituição Federal. O princípio da Publicidade do ato administrativo exige o desenvolvimento de serviços publicitários, como são os casos de divulgação de programas de governo e iniciativas estatais que asseguram a informação da população quanto à atuação do interesse público, cumprindo a importante função institucional de fortalecimento da cidadania e promoção da transparência e de controle social, a fim de que os cidadãos possam tomar conhecimento e as providências necessárias ao controle da legalidade, da moralidade e da eficiência das atividades do Estado.

4.4. A área requisitante é a Superintendência de Comunicação Social (SECOM), que

tem como principal objetivo viabilizar o relacionamento da Assembleia Legislativa com a sociedade, em seus mais diversos segmentos, utilizando os meios e técnicas de comunicação e marketing através do jornalismo, publicidade, pesquisa de opinião e relações públicas, conforme suas competências estabelecidas no inciso XXIX do Anexo VII da LC 1.056/2020:

**“A Superintendência de Comunicação Social,** órgão vinculado e subordinado à Secretaria Geral, tem como competência:

- viabilizar o relacionamento da Assembleia Legislativa com a sociedade, em seus mais diversos segmentos, utilizando os meios e técnicas de comunicação e marketing através do jornalismo, publicidade, pesquisa de opinião e relações públicas;
- II - organizar o planejamento estratégico da comunicação e articulação do instrumental de difusão da informação, disponíveis na Assembleia Legislativa, assegurando a unidade de linguagem e objetivos, a partir da opinião pública rondoniense e determinações políticas da Mesa Diretora;
- providenciar a coleta das informações internas, distribuição e facilitação do acesso às informações das atividades dos Deputados e da Assembleia Legislativa aos veículos de comunicação e segmentos da sociedade;
- responsabilizar-se pela criação, revisão e formatação das publicações, preservando unidade visual e editorial de peças gráficas produzidas pela Assembleia Legislativa.”

## 5. DA DESCRIÇÃO DA SOLUÇÃO COMO UM TODO

5.1. A contratação de uma agência de propaganda pela Superintendência de Comunicação Social (SECOM) da Assembleia Legislativa do Estado de Rondônia (ALERO) visa fortalecer o relacionamento com a sociedade e promover a transparência e participação cidadã. A publicidade institucional desempenha um papel crucial na divulgação de atos legislativos, programas e resultados do Poder Legislativo, contribuindo para fortalecer a confiança da população nas instituições públicas e estimular a participação da sociedade no processo democrático.

5.2. O levantamento de mercado que consta no Estudo Técnico Preliminar ( **SEI nº 0234697**) revela uma demanda significativa por serviços de comunicação e publicidade por parte das instituições governamentais em Rondônia, refletida em licitações recentes. A presença de várias agências concorrendo nessas licitações sugere um mercado dinâmico e competitivo, com oportunidades significativas para as agências do setor. Isso demonstra a importância atribuída à comunicação institucional e à divulgação de informações relevantes para o público.

5.3. Os requisitos da contratação incluem aspectos gerais, como atendimento à legislação vigente e habilitação jurídica e técnica, bem como a qualificação técnica da agência, que deve apresentar um plano de comunicação publicitária e capacidade de atendimento. Além disso, o contrato terá duração inicial de cinco anos, podendo ser prorrogado sucessivamente por até dez anos, e a empresa contratada deverá atender aos critérios de sustentabilidade ambiental.

5.4. Quanto ao critério de julgamento das propostas, técnica e preço equilibra a consideração da qualidade técnica e do preço das propostas, promovendo transparência e imparcialidade no processo de seleção. Os concorrentes são avaliados com base em critérios objetivos e subjetivos, incluindo a qualidade da proposta técnica, a experiência da empresa e a criatividade, além do preço oferecido. Essa abordagem busca garantir uma relação custo-benefício favorável para a ALE. Por outro lado, o critério de melhor técnica prioriza

exclusivamente a qualidade técnica das propostas, o que pode levantar preocupações sobre a objetividade na avaliação e afetar a relação custo-benefício, especialmente em instituições com recursos financeiros limitados.

5.5. Por essa razão, escolheu-se processo licitatório na modalidade concorrência, utilizando o critério de julgamento técnica e preço, considerando a proporção de 70% de valoração para a técnica e 30% para o preço, nos termos dos § 1º e 2º, art. 36 da Lei nº 14.133/2021, ampliando assim a competitividade entre empresas com expertise técnica comprovadas na área e possibilitando a proposta mais vantajosa para esta Assembleia Legislativa.

5.6. **Classificação do objeto:** Os serviços de publicidade se enquadram na classificação de **serviços especializados** dentro da administração pública brasileira.

## 6. FUNDAMENTAÇÃO DA CONTRATAÇÃO

6.1. A contratação de serviços de publicidade pela Assembleia Legislativa de Rondônia (ALE-RO) é fundamentada em uma série de razões legais, técnicas, econômicas e sociais que justificam a necessidade e a adequação deste tipo de serviço. A seguir, detalhamos os principais aspectos que embasam esta contratação:

6.2. **Necessidade e Objetivo Institucional:** Os serviços de publicidade são essenciais para a ALE-RO por várias razões:

6.3. **Comunicação com a População:** A publicidade institucional é crucial para informar a população sobre as atividades legislativas, decisões, projetos de lei e outras ações relevantes da Assembleia. Isso promove a transparência e a participação cidadã.

6.4. **Promoção de Programas e Ações:** A publicidade permite a divulgação eficaz de programas e ações legislativas, aumentando seu alcance e impacto na sociedade.

6.5. **Imagem Institucional:** Uma comunicação bem planejada e executada contribui para a construção e manutenção de uma imagem institucional positiva, essencial para a credibilidade e a confiança pública.

6.6. **Critérios Técnicos e Econômicos:** A contratação é baseada em critérios técnicos e econômicos que garantem a eficácia e a eficiência dos serviços:

6.7. **Competência Técnica:** A agência de publicidade contratada deve possuir a expertise necessária para desenvolver e implementar estratégias de comunicação complexas e diversificadas, conforme previsto na Lei nº 12.232/2010.

6.8. **Economicidade:** A modalidade de concorrência, conforme estabelecida pela Lei nº 14.133/2021, garante a obtenção da melhor proposta em termos de custo-benefício, promovendo a economicidade na utilização dos recursos públicos.

6.9. **Transparência e Competitividade:** A utilização da modalidade de concorrência para a contratação dos serviços de publicidade assegura:

6.10. **Ampla Competição:** Promove a participação de um maior número de licitantes, garantindo que a escolha seja feita entre as melhores propostas do mercado.

6.11. **Transparência:** Assegura que todo o processo licitatório seja conduzido de forma aberta e transparente, com ampla divulgação dos atos e decisões, conforme os princípios estabelecidos na Lei nº 14.133/2021.

6.12. **Impacto Social e Relevância:** A publicidade institucional desempenha um papel vital na sociedade ao:

6.13. **Promover a Cidadania:** Informa e educa a população sobre seus direitos e deveres, promovendo a cidadania ativa e consciente.

6.14. **Incentivar a Participação Pública:** Facilita o acesso à informação, incentivando a participação pública nas atividades legislativas e nos processos democráticos.

6.15. **Conclusão:** A fundamentação da contratação dos serviços de publicidade pela ALE/RO está solidamente ancorada nas legislações vigentes, na necessidade institucional de comunicação eficaz, nos critérios técnicos e econômicos que garantem a qualidade e a eficiência dos serviços, e no impacto social positivo que tais serviços proporcionam. Essa abordagem assegura que a contratação não apenas cumpra com os requisitos legais, mas também atenda às expectativas e necessidades da sociedade, promovendo a transparência, a participação cidadã e a eficiência administrativa.

## 7. DA ENTREGA DA PROPOSTA TÉCNICA

7.1. A Proposta Técnica deverá ser entregue à Comissão Especial de Licitação acondicionadas nos Invólucros nº 1, nº 2 e nº 3.

### INVÓLUCRO Nº 1

7.2. No **Invólucro nº 1** Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada (Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia), de que tratam os subitens 9.2. e 9.3.

7.3. Só será aceito o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada que estiver acondicionada no invólucro padronizado fornecido, obrigatoriamente, pela Comissão Especial de Licitação- ALE/RO.

7.4. **O Invólucro nº 1** deverá ser retirado pela interessada de segunda a sexta feira, das 8h as 13:30h, na sala da Comissão Especial de Licitação (CEL) 2º Andar- Superintendência de Compras e Licitações, situada na Assembleia Legislativa do Estado de Rondônia, Av. Farquar, nº 2562, Bairro: Olaria. O **invólucro nº 1** estará a disposição dos interessados a partir da data da publicação do Edital e seus anexos.

7.5. O Invólucro nº 1 deverá estar sem fechamento e sem rubrica.

7.6. Para preservar- até a abertura do invólucro nº2- o sigilo quanto à autoria do Plano de Comunicação Publicitária, o invólucro nº 1 não poderá:

- a) ter nenhuma identificação
- b) apresentar marca, sinal, etiqueta ou outro elemento que possibilite a identificação da licitante;
- c) estar danificado ou deformado pelas peças, material ou demais documentos neles acondicionados que possibilitem a identificação da licitante.

7.7. O Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada deverá ser redigido em língua portuguesa – salvo quanto a expressões técnicas de uso corrente – com clareza, sem emendas ou rasuras, e ser elaborado da seguinte forma, para preservar o sigilo quanto à sua autoria:

- a) Em papel A4, branco, orientação retrato;
- b) Com espaçamento de 2 cm nas margens direita e esquerda, inferior e superior, a partir da borda, e numeração centralizada na parte inferior;
- c) Nova página para cada novo segmento (Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia);
- d) Com texto na cor preta;
- e) Com letra maiúscula apenas no início de frase, no início de nomes próprios, na descrição dos segmentos (Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia) e em siglas, tais como ALE/RO, OAB, IBGE, etc;
- f) Em caderno único, sendo que a última página deverá conter somente a tabela prevista no subitem 10.5.4.

g) Não poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que identifique sua autoria, **sob pena de desclassificação da licitante**;

7.8. **Não será recebido Invólucro nº 1 que tenha sido danificado no manuseio/transporte ou deformado pelas peças e demais documentos nele acondicionados, sendo a interessada impedida de participar do certame, com a decorrente recusa de recebimento dos outros envelopes.**

## **INVÓLUCRO Nº 2**

### **PROPOSTA TÉCNICA: PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA- VIA IDENTIFICADA NOME EMPRESARIAL E CNPJ DA LICITANTE CONCORRÊNCIA NºXXX/2024-CEL/ALE-RO**

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

7.9.1. O **Invólucro nº 2** não poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária- Via Não Identificada e possibilite a identificação da autoria deste plano antes da abertura do Invólucro nº 2.

## **INVÓLUCRO Nº3**

7.10. O **INVÓLUCRO nº 3** deverá conter a Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, de que se tratam do item 10.7 e subitens.

7.11. 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**

#### **CONCORRÊNCIA NºXXXX/2024-CEL/ALE-RO**

7.12. O Invólucro nº 3 deverá ser providenciado pela licitante e poderá ser constituído de embalagem adequada as suas característica de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto as informações de que trata, até sua abertura.

7.13. O Invólucro nº 3 não poderá ter informação, sinal etiqueta, palavra ou elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária- Via Não Identificada e possibilite a identificação da autoria deste Plano antes da abertura do Invólucro nº3.

## **8. ENTREGA DA PROPOSTA DE PREÇO**

8.1. A proposta de Preço deverá ser entregue à Comissão Especial de Licitação acondicionada no Invólucro nº 4.

## **INVÓLUCRO Nº4**

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

### **INVÓLUCRO Nº4**

#### **PROPOSTA DE PREÇO**

#### **NOME EMPRESARIAL E CNPJ DA LICITANTE**

#### **CONCORRÊNCIA Nº000/2024-CEL/ALE-RO**

8.3. O Invólucro nº 4 será providenciado pela licitante e pode ser constituído e pode ser constituído de embalagem adequada as características de seu conteúdo, desde que inviolável,

quanto às informações de que trata, até sua abertura.

8.4. O invólucro nº 4 não poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste de qualquer do Plano de Comunicação Publicitária- Via Não Identificada e que possibilite a identificação da autoria deste Plano antes da abertura do Invólucro nº 2.

## **9. DA ENTREGA E FORMA DE APRESENTAÇÃO DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO**

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

### **INVÓLUCRO Nº 5 DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO NOME EMPRESARIAL E CNPJ DA LICITANTE CONCORRÊNCIA Nº000/2024-CEL/ALE-RO**

9.2. **No Invólucro nº 5** deverão ser acondicionados os Documentos de Habilitação, constante no item 15 do termo de referência.

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

9.2.2. O Envelope nº 5 deverá ser entregue em data futura, depois da classificação final das licitantes, em sessão pública que será previamente marcada e anunciada pela Comissão Especial de Licitação (Incisos XI e XII do art. 11 da Lei 12.232/2010);

9.2.3. Os documentos de habilitação deverão ser acondicionados em caderno único, ter todas as suas páginas rubricadas por representante legal da licitante e deverão ser apresentados:

- I - em original; ou
- II - sob forma de publicação em órgão da imprensa oficial; ou
- III - em cópia autenticada por cartório competente; ou
- IV - em cópia não autenticada, desde que seja exibido o original, para conferência pela Comissão Especial de Licitação, no ato da abertura dos Documentos de Habilitação.

9.3. Só serão aceitas cópias legíveis, que ofereçam condições de análise por parte da Comissão Especial de Licitação.

## **10. DA APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA**

10.1. A Proposta Técnica será apresentada no Envelope nº 1 - Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, constituída de Plano de Comunicação para campanha publicitária simulada-, e no Envelope nº 3, constituído da capacidade de atendimento, repertório e relatos de soluções de problemas de comunicação, encadernada com espiral preta.

10.1.1. A Proposta Técnica deverá ter sua documentação numerada em ordem sequencial, em algarismos arábicos, centralizada na parte inferior.

### **10.2. Conteúdo do Envelope nº 1:**

10.2.1. Plano de Comunicação Publicitária (Envelope nº 1) - campanha simulada: a agência deverá apresentar um plano de comunicação, observando o tema e outras informações constantes no Briefing (Anexo I).

10.2.2. Não será permitido sumário no Envelope nº 1 - Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada (Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Idéia Criativa

e Estratégia de Mídia e Não Mídia).

10.2.3. A campanha simulada deverá ser apresentada de acordo com os seguintes quesitos técnicos:

10.2.4. RACIOCÍNIO BÁSICO: apresentação de texto em, no máximo, três páginas de papel tamanho A4, em que a licitante exporá seu entendimento do problema de comunicação definido no Briefing (Anexo I).

10.2.5. ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA: apresentação de texto em, no máximo, três páginas de papel tamanho A4, no qual a licitante deverá explorar o conceito e o tema que, de acordo com seu raciocínio básico, devem fundamentar o problema de comunicação apresentado no Briefing (Anexo I), formulando a defesa dessa opção.

10.2.6. IDEIA CRIATIVA: apresentação em, no máximo, seis páginas de papel tamanho A4, de síntese da estratégia de comunicação publicitária expressa sob a forma de uma redução de mensagem, acompanhada de exemplos de peças que a corporifiquem objetivamente, descritas sob a forma de roteiros e textos, limitadas a seis peças, sendo quatro por tipo de mídia e dois por tipo de não mídia. Faz parte da ideia criativa o slogan e as peças que a corporificam.

10.3. Será admitida, para este quesito, a apresentação de peças que expressem a ideia criativa, dessa forma:

10.3.1. Roteiro, leiaute e ou *storyboard* impressos, para qualquer meio;

10.3.2. Protótipo ou “monstro” para peças destinadas a rádio e internet;

10.3.3. *Storyboard* animado ou *animatic* ou *storyboard* impresso, para TV e cinema

10.4. Limitar-se, sob pena de desclassificação, a 10 (dez) exemplos, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça e ou material, observando as seguintes regras:

10.4.1. Cada redução e ou variação de formato será considerada como uma peça;

10.4.2. Cada peça apresentada como parte de um kit será computada no referido limite;

10.4.3. Peça sequencial, para qualquer meio (a exemplo de anúncio para revista, jornal, tablete, assim como painéis sequenciais de mídia exterior – outdoor, adesivagem de fingers) será considerada como uma peça, se o entendimento da mensagem depender da leitura do conjunto sequencial e uma peça sozinha não transmitir a mensagem completa da comunicação;

10.4.4. Um hotsite e todas as suas páginas serão consideradas uma peça;

10.4.5. Um filme e o hotsite em que se encontra hospedado serão considerados duas peças;

10.4.6. Um banner e o hotsite para o qual ele esteja direcionado serão considerados duas peças;

10.4.7. Só serão aceitos exemplos de peças e ou material não finalizados.

10.4.8. Para a produção dos exemplos de peças ou material não serão aceitas capturas de vídeo.

10.4.9. Na elaboração do animatic poderão ser inseridas fotos e imagens estáticas, além de trilha, voz de personagens e locução.

10.4.10. Cada exemplo de peça e ou material deverá trazer indicação sucinta (exemplos: “cartaz”, “filme TV”, “spot rádio”, “anúncio revista”, “monstro internet”) destinada a facilitar seu cotejo com a relação de peças e ou material a que se refere o subitem.

10.4.11. Os storyboards animados, animatics, protótipos e monstros poderão ser apresentados em pen-drive, executáveis no sistema operacional Windows, nos formatos universais, a exemplo de:

- 10.4.12. storyboards animados e animatics, para TV e cinema: avi, mov. wmv, mpeg, vob, mp4;
- 10.4.13. protótipos e monstros, para rádio: mp3, wma;
- 10.4.14. protótipos e monstros, para internet: pdf, jpg, html, mpeg, swf, mp4 e mov, com efeitos, movimentos ou não, podendo ter locução explicativa.
- 10.4.15. Os exemplos de peças e ou material devem ser apresentados separadamente do caderno, ter formatos compatíveis com suas características e se adequarem às dimensões do envelope nº 1. As peças que não se ajustem às dimensões do envelope nº 1 poderão ser dobradas.
- 10.4.16. As peças gráficas poderão ser impressas em tamanho real ou reduzido desde que não prejudiquem sua leitura - sem limitação de cores, em qualquer tipo de papel, ou material, com ou sem suporte ou passe-partout.
- 10.4.17. A apresentação de exemplos em quantidade inferior a 10 implicará em redução das notas proporcionalmente ao número de peças apresentadas.
- 10.5. **ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO-MÍDIA:** exposição na forma de texto em, no máximo, três páginas de papel tamanho A4, no qual a licitante deverá, com base em informações extraídas do Briefing e tendo como parâmetro a verba referencial estimada para a campanha (Anexo I), demonstrar:
- 10.5.1. conhecimento e análise dos meios de comunicação e hábitos dos diversos segmentos de público a serem atingidos pela campanha;
- 10.5.2. Os planos de distribuição de todas as peças previstas na campanha, contendo a estratégia e tática de mídia e não mídia que justifiquem as opções escolhidas.
- 10.5.3. consideram-se como não mídia meios que não implicam a compra de espaço e/ou tempo em veículos de divulgação para a transmissão de mensagem publicitária, ou seja, não mídia é toda peça que não exige desembolso de veiculação.
- 10.5.4. Na **TABELA ÚNICA - Custos de Mídia**, os custos de não-mídia devem ser considerados pelas quantidades das impressões e não de criação.
- 10.5.5. Instruções relativas ao plano de comunicação publicitária - simulação de campanha.
- 10.6. A licitante deverá atentar para os seguintes aspectos:
- 10.6.1. Seguir com fidelidade as praças e período de veiculação apontadas no briefing quando tratar-se de mídia;
- 10.6.2. Para o cálculo da distribuição dos custos de produção e veiculação da campanha simulada, a licitante utilizará como referência a verba de R\$ 2.000.000,00 (dois milhões de reais) - Anexo I, apresentando-os conforme dispõe a tabela abaixo (Tabela Única - Custos de Mídia - Proposta Técnica: Plano de Comunicação Publicitária–Via Não Identificada).

**TABELA ÚNICA – CUSTOS DE MÍDIA**

MEIO	PEÇA	CUSTOS				VALOR
		Mídia	Serviços próprios	Terceiros	Honorário	
TV						
RÁDIO						
INTERNET						
OUT-OF-HOME						

MÍDIA						
NÃO-MÍDIA						
OUTROS						
TOTAL CUSTOS DE PRODUÇÃO						
TOTAL CUSTOS DE VEICULAÇÃO (VALOR BRUTO)						
<b>TOTAL GERAL</b>						

10.6.3. A tabela não poderá ser alterada quanto à sua estrutura e nomenclatura de seus itens, e deverá ser preenchida apenas com números;

10.6.4. A tabela, última página da proposta, deverá ser impressa na parte superior da folha, que não poderá ser numerada, com espaçamento de 2 cm nas margens direita e esquerda, a partir da borda;

10.6.5. Na formulação do quesito campanha simulada, as concorrentes deverão obrigatoriamente utilizar-se dos valores da Tabela Referencial de Preços vigente da Fenapro;

10.6.6. Na simulação de mídia, a licitante deve considerar os valores reais das tabelas vigentes na data de publicação do edital, de preços dos veículos de comunicação;

10.6.7. Não serão admitidos descontos ou eventuais benefícios decorrentes de programas de incentivos oferecidos por veículos de comunicação;

10.6.8. A campanha publicitária simulada vencedora poderá ser produzida e veiculada, com ou sem modificações, na vigência do Contrato;

10.6.9. Será desclassificada a proposta que apresentar valor superior à verba referencial do lote.

### 10.7. **Conteúdo do Envelope nº 3:**

10.7.1. Comprovação da capacidade de atendimento:

10.7.2. A comprovação da Capacidade de Atendimento deverá se dar por meio de:

10.7.3. Quantificação e qualificação dos profissionais da licitante, demonstrado com currículo sintético, que informe o nome, formação, tempo de função, experiência, bem como a área de atuação em que serão disponibilizados para a execução dos serviços, tais como: estudo e planejamento, criação (incluindo áreas de inovação tecnológica), produção, mídia e atendimento, bem como indicação do tempo de contrato com a licitante, o que poderá ser diligenciado para comprovação dessas informações.

10.7.4. Sistemática de atendimento, detalhando as obrigações a serem cumpridas pelo setor de atendimento da licitante, na execução do Contrato, abrangendo os prazos necessários, em condições normais de trabalho, para a criação de campanha e a elaboração de plano de mídia;

10.7.5. Relação dos clientes atuais da agência, por ordem cronológica, indicando o ramo de atividade e a data do início do atendimento.

10.7.6. As instalações, a infraestrutura e os recursos materiais que serão colocados à disposição para a execução do contrato.

10.7.7. Não há limitação do número de páginas para apresentação da capacidade de atendimento, nem exigências quanto ao material a ser apresentado.

### 10.8. **Repertório:**

10.8.1. O repertório traduz-se com a apresentação do conjunto de trabalhos efetivamente produzidos e veiculados pela licitante, constituído de 10 (dez) peças relativas a campanhas publicitárias produzidas pela agência, atendido o seguinte:

10.8.1.1. Os trabalhos apresentados devem ser acompanhados, obrigatoriamente, de ficha

técnica, com identificação da licitante, informando título, data ou período de veiculação, o problema de comunicação que se propôs a resolver e a indicação de, pelo menos, um veículo ou meio de comunicação que o exibiu, com o referendo expresso do respectivo cliente, sendo a assinatura reconhecida em cartório, constando no mínimo, nome completo, cargo e CPF do signatário.

10.8.1.2. Entre as peças deverá conter no mínimo 3 (três) de campanhas digitais da licitante, devendo apresentar, também, o resultado aferido pelo monitoramento de desempenho e quais os canais e ferramentas utilizados;

10.8.1.3. Vídeos, spots e/ou jingles deverão ser apresentados em pen drive;

10.8.1.4. Material gráfico poderá ser apresentado em formato reduzido sem que prejudique a visualização;

10.8.1.5. Não há limitação quanto ao número de páginas para apresentação do repertório, em caderno próprio.

10.8.2. Relatos de soluções de problemas de comunicação:

10.8.2.1. Deverão ser apresentados 2 (dois) relatos de soluções de problemas de comunicação, sendo que pelo menos um deles deve abordar a comunicação digital.

10.8.2.2. Cada relato deve contar até 3 (três) páginas, em formato A4 ambos na mesma encadernação, expressamente referendados pelos respectivos anunciantes, constando no mínimo, nome completo, cargo e CPF do signatário.

10.8.2.3. É permitida a inclusão de até cinco peças de qualquer tipo, cada uma acompanhada de ficha com indicação sucinta do problema que se propôs resolver, podendo ser em formato reduzido desde que não prejudique a visualização.

## **11. DO JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS**

**11.1. Será desclassificada a Proposta Técnica que se enquadrar em qualquer uma das seguintes situações:**

11.1.1. Não satisfizer as exigências fixadas neste Edital e seus anexos;

11.1.2. Não obtiver a pontuação mínima geral, igual a 70 pontos, ou seja, 70% (setenta por cento) do total de pontos possíveis.

**11.2. Como critérios de julgamento serão considerados pela Subcomissão Técnica as seguintes características pertinentes aos quesitos técnicos a que se referem:**

11.2.1. Raciocínio básico a acuidade da compreensão em relação:

11.2.2. As características da função do Poder Legislativo, relevantes para a comunicação;

11.2.3. A natureza, extensão e qualidade das relações da ALERO com o seu público referencial;

11.2.4. O papel do Poder Legislativo no atual contexto sócio-político-econômico do Estado de Rondônia;

11.2.5. Ao problema – geral e específico – de comunicação proposto no briefing.

**11.3. Estratégia de Comunicação a demonstração de:**

11.3.1. A adequação do conceito proposto ao Poder Legislativo, considerando a sua função e a sua natureza, bem como as suas qualificações e problemas, considerando o Briefing (Anexo I);

11.3.2. A riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto que viabilizem a comunicação do Poder Legislativo com seu público, levando em consideração a sua função e o tema anunciado no Briefing;

11.3.3. A Consistência e a pertinência da argumentação formulada pela licitante em

defesa de sua proposição.

**11.4. A Ideia Criativa deverão ser observadas:**

11.4.1. Criatividade e assertividade da ideia central;

11.4.2. Adequação ao problema proposto;

11.4.3. Desdobramentos comunicativos que oferece, conforme demonstrado nos modelos de peças apresentados;

11.4.4. Compatibilização da linguagem das peças aos meios propostos; e

11.4.5. Exequibilidade das peças publicitárias.

**11.5. A Estratégia de Mídia e Não Mídia será aferida por meio de:**

11.5.1. Conhecimento e análise dos meios de comunicação e hábitos dos diversos segmentos de público prioritários;

11.5.2. Capacidade analítica determinada pela análise desses hábitos;

11.5.3. Consistência do plano simulado de distribuição de verba publicitária; e

11.5.4. Economicidade na aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano de distribuição de peças, segundo critérios técnicos de mídia.

**11.6. A Capacidade de Atendimento serão considerados:**

11.6.1. O tempo de experiência dos profissionais relacionados tanto na função como em áreas pertinentes ao seu trabalho;

11.6.2. A adequação das qualificações e quantificações desses profissionais à estratégia de comunicação publicitária proposta, sendo levada em conta a quantificação dos quadros correspondentes;

11.6.3. A qualificação dos profissionais a serem disponibilizados para o atendimento da ALE-RO;

11.6.4. A operacionalidade do relacionamento entre a ALE-RO e a agência de propaganda, traduzida através de esquema apresentado na proposta pela licitante, considerando-se a diversidades de setores;

11.6.5. A segurança técnica e operacional constatada através dos procedimentos especificados;

11.6.6. As instalações, a infraestrutura e os recursos materiais disponíveis para a execução do Contrato;

11.6.7. A relevância e a utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas que serão colocadas pela licitante à disposição da ALE-RO, sem ônus adicional, durante a vigência do Contrato.

**11.7. Com referência ao Repertório, serão avaliados:**

11.7.1. A ideia criativa e sua correlação ao problema a ser resolvido;

11.7.2. A sua pertinência à solução do problema;

11.7.3. A clareza de exposição das informações prestadas; e

11.7.4. A qualidade de execução e acabamento das peças.

**11.8. Os Relatos de Soluções de Problemas submeter-se-ão à avaliação:**

11.8.1. Da concatenação lógica da exposição;

11.8.2. Da evidência de planejamento publicitário;

11.8.3. Da consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução;

11.8.4. Da relevância dos resultados apresentados.

## **12. DA PONTUAÇÃO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS**

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

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

12.3. Se houver desclassificação de alguma proposta técnica por descumprimento de disposições deste instrumento convocatório, ainda assim, será atribuída pontuação a seus quesitos, a ser lançada em planilhas que ficarão acondicionadas em invólucro fechado e rubricado no fecho pelos membros da Subcomissão Técnica, até que expirem os prazos para interposição de recursos relativos a essa fase da licitação, exceto em casos em que o descumprimento resulte na identificação do licitante antes da abertura do invólucro da via identificada do Plano de Comunicação Publicitária.

12.4. A pontuação final das Propostas Técnicas corresponderá à média do somatório da pontuação atribuída a cada item, individualmente, pelos membros da Subcomissão Técnica, a seguir indicados:

12.4.1. Raciocínio Básico, percentual de 15%, pontuação máxima, 15;

12.4.2. Estratégia de Comunicação, percentual de 20%, pontuação máxima, 20;

12.4.3. Ideia Criativa, percentual de 25%, pontuação máxima, 25;

12.4.4. Estratégia de mídia e não-mídia, percentual de 20%, pontuação máxima, 20;

12.4.5. Capacidade de Atendimento, percentual de 10%, pontuação máxima, 10;

12.4.6. Repertório, percentual de 5%, pontuação máxima, 5;

12.4.7. Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, percentual de 5%, pontuação máxima, 5;

12.5. Será desclassificada a proposta que não alcançar pontuação igual ou superior a 70 pontos, 70% (setenta por cento) do total possível de pontos (pontuação máxima que pode ser obtida – 300 pontos), equivalente ao somatório da pontuação atribuída, individualmente, pelos membros da Subcomissão Técnica, dividido por três, resultando na valor total de 100 pontos.

12.6. A atribuição de nota inferior a 50% dos pontos possíveis em um ou mais quesitos técnicos, por membro da Subcomissão Técnica, deverá ser justificada individualmente por escrito.

12.7. Na hipótese de ocorrer número de pontos fracionados, serão considerados até o máximo de duas casas após a vírgula, sem aplicação de arredondamento de qualquer espécie.

12.8. Será classificada em primeiro lugar a licitante que alcançar a maior pontuação, considerado o somatório dos pontos atribuídos, e assim, sucessivamente, em ordem decrescente de pontos.

12.9. Na hipótese de empate, a classificação das licitantes nas propostas técnicas será decidida por meio de melhor nota obtida na seguinte ordem crescente de quesitos técnicos:

12.9.1. Ideia Criativa;

12.9.2. Estratégia de Comunicação;

- 12.9.3. Estratégia de Mídia e Não Mídia;
- 12.9.4. Raciocínio Básico;
- 12.9.5. Capacidade de Atendimento;
- 12.9.6. Relatos de Soluções de Problemas.
- 12.10. Persistindo o empate, será decidido por meio de sorteio, exceto se uma delas for enquadrada na Lei nº 123/2006, que será classificada em primeiro lugar.

### 13. DA PROPOSTA DE PREÇOS

13.1. A Proposta de Preços (Invólucro nº 4) da licitante deverá ser elaborada, sendo que os quesitos a serem valorados são os descritos nos itens 13.1.1; 13.1.2; 13.1.3; 13.1.4 e 13.1.5 abaixo, observando-se os liames legais e valores de mercado, os quais se adequam às necessidades da manutenção e qualidade de comunicação da SUPERINTENDENCIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL – SECOM, conjugando com a necessária exequibilidade do contrato a ser firmado, em respeito à devida execução dos serviços e considerando os princípios da eficiência e da economicidade na Administração Pública, ressaltando que **serão considerados os seguintes parâmetros:**

13.1.1. Será considerada inexecutável e será desclassificada, a cobrança de percentual abaixo de **20 % (vinte por cento)** incidente sobre o valor previsto na relação de preços descrita na Lista de Referência da FENAPRO (Federação Nacional das Agências de Propaganda)-Rondônia, vigente à época da apresentação da Proposta de Preços, a título de ressarcimento dos custos internos dos serviços executados pela licitante.

13.1.2. Percentual de honorários de **5 (cinco) a 10% (dez por cento)**, incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referente ao planejamento e à execução de **pesquisas** e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes à execução do contrato.

13.1.3. Percentual de honorários de **7,5 (sete e meio) a 15% (quinze por cento)**, incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referente à produção e à execução técnica das peças e projetos publicitários cuja distribuição **não proporcione** à licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965.

13.1.4. Percentual de honorários de **7,5 (sete e meio) a 15% (quinze por cento)**, incidente sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da licitante, referentes à criação e ao desenvolvimento de **formas inovadoras de comunicação publicitária**, em consonância com novas tecnologias, não enquadradas como plataformas digitais (item 13.2), visando à expansão das mensagens e das ações publicitárias, cuja execução não proporcione às licitantes o desconto de agência concedido pelos veículos de comunicação e divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965.

13.1.5. Percentual de honorários de **5 (cinco) a 10% (dez por cento)**, incidente sobre os custos comprovados e previamente autorizados de outros serviços incumbidos a terceiros, sob supervisão da licitante, quando tal supervisão se referir **exclusivamente à contratação ou pagamento do serviço ou suprimento.**

13.2. O percentual de honorários incidente sobre o volume do investimento aplicado na distribuição de peças por meio de formas inovadoras em **plataformas digitais**, em consonância com novas tecnologias, será de **15% (quinze por cento)**, visando à expansão das mensagens e das ações publicitárias, referentes aos serviços prestados pelas licitantes, na intermediação, supervisão, monitoramento de performance e otimização dessa distribuição que não lhes proporciona o desconto de agência, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965.

13.2.1. Os honorários de remuneração de que trata o item 13.2 anterior, não estão vinculados a serviços externos prestados por fornecedores especializados, nem correspondem

ao desconto-padrão não pago pelas plataformas digitais, mas visam remunerar devidamente as licitantes pela intermediação, supervisão, monitoramento de performance e otimização da distribuição de peças publicitárias por meio de plataformas digitais.

13.2.2. Na gestão dos investimentos destinados para distribuição das peças publicitárias de uma campanha em plataformas digitais, a remuneração das agências, prevista no item 13.2 anterior, deverá incidir sobre o valor aplicado na plataforma, de modo que o somatório do valor autorizado para essas empresas com o dos referidos honorários não supere o total de investimento proposto pelas agências para essa distribuição.

13.2.3. As peças publicitárias previstas no item 13.2 podem envolver tanto as peças criadas pela agência como as peças desenvolvidas pela Superintendência de Comunicação.

13.3. As agências **não farão jus a honorários** ou a qualquer outra remuneração sobre os custos de serviços prestados por fornecedores referentes à produção de peças e materiais cuja distribuição **proporcione** a ela o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do artigo 11 da Lei nº 4.680/1965.

13.4. Somente pessoas físicas ou jurídicas previamente cadastradas junto à SECOM poderão fornecer bens ou serviços especializados relacionados com as atividades descritas no objeto deste Edital. A conferência e o pagamento serão realizados diretamente pela SECOM.

13.5. O fornecimento de bens ou serviços especializados exigirá sempre a apresentação pelas agências à SECOM de 3 (três) orçamentos obtidos entre pessoas que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido.

13.6. Levando-se em conta que nas veiculações de Publicações Legais (editais, avisos, comunicados) não são usualmente exigidas técnicas publicitárias de grau significativo por parte das agências, mas que também, por outro lado, os veículos oficiais não concedem a essas publicações o desconto-padrão previsto nas Normas-Padrão do CENP, será praticada a **remuneração fixa prevista de 10% (dez) por cento** sobre o valor da veiculação, a título de remuneração por intermediação da agência.

13.7. Relativamente às veiculações que não sejam enquadradas como Publicações Legais do item anterior, as agências farão jus ao desconto-padrão concedido pelos veículos de divulgação, em conformidade com o art. 11 da Lei nº 4.680/1965, regulamentado pelo Decreto nº 57.690/1966.

13.8. O desconto-padrão de que trata o item anterior é concedido à agência pela concepção, execução e distribuição de publicidade, por ordem e conta do cliente anunciante, nos termos do Art. 19 da Lei nº 12.232/2010.

13.8.1. Dos 20% (vinte por cento) do desconto-padrão de agência a que faz jus, conforme estabelecido pelas Normas-Padrão do CENP, a CONTRATADA **repassará ao CONTRATANTE, sob forma de desconto, o equivalente a 5% (cinco pontos percentuais), e permanecerá com os restantes 15% (quinze pontos percentuais)**, no ato do pagamento de cada uma das faturas.

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

13.10. A agência não fará jus ao desconto de agência quando da utilização, pela SECOM, de créditos que a este tenham sido eventualmente concedidos por veículos de divulgação, em qualquer ação publicitária pertinente ao contrato a ser firmado.

13.11. A Proposta de Preços deverá ser redigida em português, sem emendas, rasuras, borrões, acréscimos ou entrelinhas, apresentada em caderno único, em papel timbrado que a identifique, com suas páginas numeradas sequencialmente. Deverá ser datada e assinada na última folha, e rubricada nas demais, por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado. Deverá conter a denominação

social, o endereço com CEP, telefone, e-mail e o número desta concorrência.

13.12. Em nenhuma hipótese será concedido prazo adicional para apresentação ou complementação dos documentos ou permitida a sua retificação.

13.13. As licitantes deverão apresentar, dentro do Invólucro nº 4, uma via da Proposta de Preços. Deverão constar na proposta, obrigatoriamente, todos os textos contidos no modelo do anexo do Edital.

13.14. O prazo de validade da Proposta de Preço deverá ser de 90 (noventa) dias, a contar da data de abertura do respectivo invólucro.

13.15. A SUPERINTENDENCIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL– SECOM não pagará nenhum outro valor além do preço contratado, cabendo à licitante considerar todos os custos diretos e indiretos necessários à completa e perfeita realização dos serviços objeto desta licitação, tais como: despesas com mão-de-obra, encargos de natureza trabalhista, previdenciária, fiscal, alimentação, hospedagem, transporte da equipe da licitante, materiais, equipamentos, frete, seguros, tributos e contribuições parafiscais assim como lucro, razão pela qual não serão considerados pleitos de acréscimos após a abertura da proposta.

13.16. Para fins de formulação de sua proposta, as licitantes deverão pautar-se, desde já, assim como, considerar como futura obrigação contratual, o cumprimento dos princípios éticos de conduta institucional e profissional, bem como observância às Diretrizes de Compliance previstas no documento intitulado Compliance e Proposições Éticas na Autorregulação da Publicidade, editado pelo Conselho Executivo das Normas-Padrão (CENP).

#### **14. DAS CONDIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO**

14.1. Não poderão participar desta licitação os interessados:

14.1.1. Impedidos de contratar no âmbito da Administração Pública direta e indireta de Rondônia, nos termos do art. 156, III, § 4o, da Lei n. 14.133/2021;

14.1.2. Declarados inidôneos para licitar ou contratar com a Administração Pública, na forma do art. 156, IV, § 5o, da Lei n. 14.133/2021;

14.1.3. Estrangeiros que não tenham representação legal no Brasil com poderes expressos para receber citação e responder administrativa e judicialmente;

14.1.4. Enquadrados nas vedações previstas no art. 14 da Lei n. 14.133/2021, inclusive quanto aos membros da Comissão Permanente de Licitação- CPL;

14.1.5. Entidades empresariais cujo sócio, ou, no caso de sociedades anônimas, cujo diretor seja cônjuge, companheiro ou parente em linha reta, colateral ou por afinidade, até terceiro grau, inclusive, assim como com servidores ocupantes de cargos de direção, chefia e assessoramento vinculados direta ou indiretamente às unidades situadas na linha hierárquica da área encarregada da licitação;

14.1.6. Entidades empresariais que estejam sob falência, concurso de credores, em processo de dissolução total ou liquidação;

14.1.7. Em regime de consórcio, qualquer que seja sua forma de constituição, e empresas controladas, coligadas, interligadas ou subsidiárias entre si;

14.1.8. Pessoa física ou jurídica que, nos 5 (cinco) anos anteriores à divulgação do edital, tenha sido condenada judicialmente, com trânsito em julgado, por exploração de trabalho infantil, por submissão de trabalhadores a condições análogas às de escravo ou por contratação de adolescentes nos casos vedados pela legislação trabalhista.

14.2. É vedada a subcontratação, cessão ou transferência no todo ou em parte do objeto licitado.

14.3. Casos excepcionais devem ser notificados por escrito para a ALE-RO que adotará as medidas cabíveis resguardado o interesse público.

14.4. No caso de participação de Microempresas (ME) ou Empresas de Pequeno Porte (EPP) com fundamento no art. 42 a art. 45 da Lei Complementar nº 123/2006, as licitantes deverão comprovar, quando da apresentação dos documentos de habilitação, sua condição como tal.

## 15. HABILITAÇÃO

15.1. Além dos preceitos elencados na Lei 14.133/21, em especial os art. 62, I a IV, c/c/ 63 a 69, no que couber, os quais deverão ser apresentados no **Envelope nº 5**, serão apresentados apenas pelas licitantes classificadas no julgamento final das Propostas Técnicas e da Proposta de Preços, nos termos de convocação previstas no item 8.3.

### 15.2. HABILITAÇÃO JURÍDICA

a) Ato constitutivo, estatuto ou contrato social em vigor, devidamente registrado, em se tratando de sociedades empresariais, e, no caso de sociedades por ações, acompanhado de documento de eleição de seus administradores, devidamente registrado na Junta Comercial e publicado;

b) Inscrição do ato constitutivo, no caso de sociedades civis, acompanhada de prova da diretoria em exercício;

c) Registro Comercial, no caso de empresário;

d) Decreto de autorização, em se tratando 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;

e) Cópia da cédula de identidade e do CPF dos responsáveis legais da licitante.

### 15.3. RELATIVOS A REGULARIDADE FISCAL, SOCIAL E TRABALHISTA

a) Prova de inscrição no Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica (CNPJ) do Ministério da Fazenda;

b) Prova de inscrição no Cadastro de Contribuinte Estadual ou Municipal, relativo ao domicílio ou sede da licitante, pertinente ao seu ramo de atividade e compatível com o objeto contratado;

c) Prova de regularidade perante as Fazendas Públicas Federal, Estadual e Municipal do domicílio ou sede do licitante. A prova de regularidade para com a Fazenda Federal deverá ser feita mediante a apresentação da Prova de Quitação com a Receita Federal do Brasil (conjunta); a regularidade para com a Fazenda Estadual e Municipal, por meio da Certidão de Tributos Mobiliários do domicílio ou sede da licitante, ou outra equivalente, na forma da Lei.

d) Prova de regularidade perante o Fundo de Garantia por Tempo de Serviço – FGTS, através da apresentação do CRS – Certificado de Regularidade de Situação;

e) Prova de regularidade perante o Instituto Nacional de Seguro Social – INSS, por meio da Certidão Negativa de Débito (CND).

f) Prova de inexistência de débitos inadimplidos perante a Justiça do Trabalho, através de Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas ou certidão positiva com efeitos de negativa.

### 15.4. QUALIFICAÇÃO ECONÔMICO-FINANCEIRA

Art. 69. A habilitação econômico-financeira visa a demonstrar a aptidão econômica do licitante para cumprir as obrigações decorrentes do futuro contrato, devendo ser comprovada de forma objetiva, por coeficientes e índices econômicos previstos no edital, devidamente justificados no processo licitatório, e será restrita à apresentação da seguinte documentação:

15.5. Certidão negativa de efeitos de falência, recuperação judicial ou recuperação

extrajudicial expedida pelo distribuidor da sede da licitante;

15.6. Balanço patrimonial com as demonstrações contábeis do último exercício social devidamente registrado na junta comercial do estado da sede da proponente, já exigíveis e apresentados na forma da lei, devendo comprovar:

15.7. Patrimônio líquido de no mínimo 10% (dez por cento) do valor total estimado para a licitação.

15.8. Índice de liquidez corrente (ILC) superior a 1,00, calculado pela fórmula:  $ILC = AC / PC$

15.9. Índice de liquidez geral (ILG) superior a 1,00, calculado pela fórmula:  $ILG = AC + ARLP / PC + PELP$ .

15.10. As legendas das fórmulas indicam: AC – Ativo Circulante; PC – Passivo Circulante; ARLP – Ativo Realizável a Longo Prazo; e PELP – Passivo Exigível a Longo Prazo.

15.11. Será considerado como na forma da lei o balanço patrimonial assim apresentado de acordo com as seguintes condições:

15.12. Para sociedades anônimas, publicado na imprensa oficial ou em jornal de grande circulação na sede da licitante; e

15.13. Para as demais empresas, que seja cópia do livro diário (com o balanço inserido) devidamente registrado na junta comercial do estado da sede (matriz ou filial).

15.14. Para empresas optantes ou obrigadas à escrituração contábil digital (ECD) por meio do Sistema Público de Escrituração Digital (SPED), a apresentação do balanço deverá ocorrer em meio eletrônico, com o código de verificação (HASH), na forma prevista Instrução Normativa RFB n. 1.420/2013 e suas alterações.

15.15. Para a forma de escrituração em papel, o balanço patrimonial deverá estar carimbado e assinado pelo(s) responsável(is) legal(is) da empresa e pelo(s) contabilista(s), identificado(s) com o número do Cadastro de Fornecedores.

15.16. Será inabilitada a proponente que apresentar o índice de liquidez corrente e/ou o geral menor ou igual a 1,00 a partir da aplicação das fórmulas descritas anteriormente.

15.17. Não serão admitidos arredondamentos para obtenção dos índices.

15.18. Justificativa: a CONTRATADA precisará arcar com custos e com o pagamento de subcontratados até que receba os pagamentos da Administração, valendo frisar que, em regra, não se admite a antecipação dos pagamentos, em conformidade com a Lei nº 4.320/1964 e com o art. 124, II, c, da Lei nº 14.133/2021. Tendo em vista os custos das agências são elevados, devem possuir capital de giro e boa saúde financeira para suportá-los até o pagamento, motivo pelo qual se afigura necessário avaliar essa circunstância por meio da análise dos indicadores contábeis.

## **16. DOS ATESTADOS DE CAPACIDADE TÉCNICO-OPERACIONAL**

16.1. Atestado expedido por pessoas jurídicas de direito público ou privado, que ratifique a qualidade dos serviços de publicidade executados pela licitante, comprovando o investimento de, no mínimo R\$ 13 milhões (treze milhões), 50% do valor no objeto do contrato no período de doze meses, referendado pelo cliente com firma reconhecida em cartório;

16.2. Para a comprovação do investimento exigido será admitido o somatório de atestados;

16.3. Para a comprovação do investimento mínimo será admitida a apresentação de diferentes atestados de serviços executados de forma concomitante no período de 12 (doze) meses.

16.4. Somente serão aceitos atestados expedidos após a conclusão do contrato ou se decorrido pelo menos 1 (um) ano do início de sua execução;

16.5. Caso solicitado pela Comissão, o licitante deverá apresentar as informações necessárias à comprovação da legitimidade dos atestados, disponibilizando, entre outros documentos, cópia do contrato que deu suporte à contratação, endereço atual do CONTRATANTE e local em que foram prestados os serviços.

16.6. Justificativa: Os atestados de capacidade técnico-operacional visam a averiguar as condições da entidade empresarial em atender ao objeto do contrato satisfatoriamente, mediante avaliação de experiência. Nesse sentido, verifica-se que a contratação de serviços de publicidade é de elevada complexidade, com aporte significativo de recursos, razão porque é medida de prudência avaliar a experiência da licitante em coordenador fornecedores e prestadores de serviço, fazendo chegar adequadamente a mensagem publicitária aos veículos de comunicação, observando-se montante compatível com os recursos que se pretende investir, tudo em conformidade com o art. 67, II, e § 2º, da Lei nº 14.133/2021.

16.6.1. Apresentação de certificado de qualificação técnica de funcionamento, expedido pelo Conselho Executivo das Normas-Padrão - CENP, ou por entidade equivalente legalmente reconhecida como fiscalizadora e certificadora das condições técnicas de agências de propaganda.

16.6.2. Justificativa: cuida-se de exigência de prevista no art. 4o, § 1º, da Lei n. 12.232/2010:

Art. 4o Os serviços de publicidade previstos nesta Lei serão contratados em agências de propaganda cujas atividades sejam disciplinadas pela Lei no 4.680, de 18 de junho de 1965, e que tenham obtido certificado de qualificação técnica de funcionamento.

§ 1o O certificado de qualificação técnica de funcionamento previsto no caput deste artigo poderá ser obtido perante o Conselho Executivo das Normas-Padrão - CENP, entidade sem fins lucrativos, integrado e gerido por entidades nacionais que representam veículos, anunciantes e agências, ou por entidade equivalente, legalmente reconhecida como fiscalizadora e certificadora das condições técnicas de agências de propaganda.

16.6.3. Não é cabível a participação de consórcios, uma vez que a execução é integralmente atribuída a única entidade empresarial, cabendo a ela a organização de todos os elementos necessários para consecução do objeto.

16.6.4. Ademais, vale ressaltar que o art. 2º, §§ 3º e 4º, da Lei n. 14.133/2021 restringe a possibilidade de contratação simultânea:

Art. 2º [...] Para fins desta Lei, considera-se serviços de publicidade o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o objetivo de promover a venda de bens ou serviços de qualquer natureza, difundir ideias ou informar o público em geral.

§ 3o Na contratação dos serviços de publicidade, faculta-se a adjudicação do objeto da licitação a mais de uma agência de propaganda, sem a segregação em itens ou contas publicitárias, mediante justificativa no processo de licitação.

§ 4o Para a execução das ações de comunicação

publicitárias realizadas no âmbito dos contratos decorrentes das licitações previstas no § 3º deste artigo, o órgão ou a entidade deverá, obrigatoriamente, instituir procedimento de seleção interna entre as contratadas, cuja metodologia será aprovada pela administração e publicada na imprensa oficial. outras declarações

## 17. OUTRAS DECLARAÇÕES E COMPROVANTES

17.1. Declaração de que cumpre as exigências de reserva de cargos para pessoa com deficiência e reabilitado da Previdência Social, previstas em lei e em outras normas específicas. Art. 63-IV- Lei 14.133/21.

17.2. Declaração que sua proposta compreende a integralidade dos custos para atendimento dos direitos trabalhistas assegurados na Constituição Federal, nas leis trabalhistas, nas normas infralegais, nas convenções coletivas de trabalho e nos termos de ajustamento de conduta vigentes na data de entrega da propostas;

17.3. Declaração de que o representante da empresa não é servidor público.

17.4. Declaração de conhecimento do Termo de Referência e seus anexos.

17.5. Declaração de que o licitante tomou conhecimento de todas as informações e das condições locais para cumprimento das obrigações do objeto da licitação.

17.6. Comprovante de Inexistência de Proibição de Contratar com a Administração Pública- **Certidão CAGEFIMP**;

## 18. DOS DIREITOS AUTORAIS

18.1. A CONTRATADA cede à CONTRATANTE os direitos patrimoniais do autor das ideias (incluindo os estudos, análises e planos), campanhas, peças e materiais publicitários, de sua propriedade, de seus empregados ou prepostos, concebidos e criados em decorrência deste contrato.

18.2. O valor dessa cessão é considerado incluído nas modalidades de remuneração definidas nos subitens 7.4 a 7.5 e 7.1.

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

18.4. Com vistas às contratações para a execução de serviços que envolvam direitos de autorais conexos, a CONTRATADA solicitará dos fornecedores, quando determinada pela CONTRATANTE, orçamentos que prevejam a cessão dos respectivos direitos patrimoniais pelo prazo definido pela CONTRATANTE.

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

18.6. Na reutilização de peças por período igual ao inicialmente ajustado, o percentual a ser pago pela CONTRATANTE em relação ao valor original dos direitos patrimoniais de autor e conexos será de no máximo 100% (cem por cento). Para a reutilização por períodos inferiores, o percentual máximo será obtido pela regra de três simples.

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

18.8. Na reutilização de peças por período igual ao inicialmente ajustado, o percentual em relação ao valor original da cessão de uso de obras consagradas incorporadas a essas

peças, a ser pago pela CONTRATANTE aos detentores dos direitos patrimoniais de autor e conexos dessas obras, será de no máximo 100 % (cem por cento). Para a reutilização por períodos inferiores, o percentual máximo será obtido pela regra de três simples.

18.9. Quando da reutilização de quaisquer peças publicitárias, conforme previsto nos subitens 7.15.6. e 7.15.7. o valor a ser pago pela CONTRATANTE será negociado caso a caso, tendo como parâmetros básicos e qualidade e os preços praticados no mercado, obedecidos os percentuais máximos definidos neste contrato.

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

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

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

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

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

## **19. DA EXECUÇÃO DO OBJETO**

### **19.1. Condições de entrega**

19.2. A emissão da Nota Fiscal/Fatura deve ser precedida do recebimento definitivo dos serviços, nos termos abaixo.

19.3. No prazo de até 5 dias corridos, do adimplemento da parcela, a Contratada deverá entregar toda a documentação comprobatória do cumprimento da obrigação contratual.

19.4. O recebimento provisório será realizado pelo fiscal técnico e setorial ou pela equipe de fiscalização após a entrega da documentação acima, da seguinte forma:

19.5. A Contratante realizará inspeção minuciosa de todos os serviços executados, por meio de profissionais técnicos competentes, acompanhados dos profissionais encarregados pelo serviço, com a finalidade de verificar a adequação dos serviços e constatar e relacionar os arremates, retoques e revisões finais que se fizerem necessários;

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

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

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

19.9. No prazo de até 10 dias corridos, a partir do recebimento dos documentos da Contratada, cada fiscal ou a equipe de fiscalização deverá elaborar relatório circunstanciado em consonância com suas atribuições, e encaminhá-lo ao Gestor do Contrato;

19.10. Será considerado como ocorrido o recebimento provisório com a entrega do relatório circunstanciado ou, em havendo mais de um a ser feito, com a entrega do último;

19.11. Na hipótese de não se proceder tempestivamente à verificação a que se refere o subitem anterior, reputar-se-á como realizada, consumando-se o recebimento provisório no dia do esgotamento do prazo.

19.12. No prazo de até 10 (dez) dias corridos, a partir do recebimento provisório dos serviços, o Gestor do Contrato deverá providenciar o recebimento definitivo, ato que concretiza o atesto da execução dos serviços, obedecendo as seguintes diretrizes:

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

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

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

19.16. O recebimento provisório ou definitivo do objeto não exclui a responsabilidade da Contratada pelos prejuízos resultantes da incorreta execução do contrato, ou, em qualquer época, das garantias concedidas e das responsabilidades assumidas em contrato e por força das disposições legais em vigor (Lei nº 10.406, de 2002).

19.17. Os serviços poderão ser rejeitados, no todo ou em parte, quando em desacordo com as especificações constantes neste Termo de Referência e na proposta, devendo ser corrigidos, refeitos ou substituídos no prazo fixado pelo fiscal do contrato, às custas da Contratada, sem prejuízo da aplicação de sanções.

## **20. DA GARANTIA**

20.1. O adjudicatário, no prazo de 30 (trinta) dias úteis após a assinatura do Termo de Contrato ou o aceite do instrumento equivalente, prestará garantia no valor correspondente a 1% (um por cento) do valor do contrato, no máximo, a qual será liberada conforme o disposto no art. 100 da Lei nº 14.133, de 2021, desde que cumpridas as obrigações contratuais.

20.2. A inobservância do prazo fixado para a prestação da garantia autoriza a Contratante a promover o bloqueio dos pagamentos devidos à Contratada, até o limite de 1% (um por cento) do valor do contrato, a título de garantia, ou a rescindir o contrato, nos termos da Lei nº 14.133, de 2021.

20.3. O bloqueio efetuado não gera direito a nenhum tipo de compensação financeira à Contratada.

20.4. A Contratada, a qualquer tempo, poderá substituir o bloqueio efetuado por quaisquer das modalidades de garantia admitidas pela Lei nº 14.133, de 2021.

20.5. A validade da garantia, qualquer que seja a modalidade escolhida, deverá abranger um período de 90 dias após o término da vigência contratual.

20.6. A garantia assegurará, qualquer que seja a modalidade escolhida, o pagamento de:

20.6.1. Prejuízos advindos do não cumprimento do objeto do contrato e do não adimplemento das demais obrigações nele previstas;

20.6.2. Prejuízos diretos causados à Administração decorrentes de culpa ou dolo durante

a execução do contrato;

20.6.3. Multas moratórias e punitivas aplicadas pela Administração à Contratada; e

20.6.4. Obrigações trabalhistas e previdenciárias de qualquer natureza e para com o FGTS, não adimplidas pela Contratada, quando couber.

20.7. Caberá à Contratada optar por uma das seguintes modalidades de garantia:

20.7.1. Caução em dinheiro ou em títulos da dívida pública emitidos sob a forma escritural, mediante registro em sistema centralizado de liquidação e de custódia autorizado pelo Banco Central do Brasil, e avaliados por seus valores econômicos, conforme definido pelo Ministério da Economia;

20.7.2. Seguro-garantia;

20.7.3. Fiança bancária emitida por banco ou instituição financeira devidamente autorizada a operar no País pelo Banco Central do Brasil;

20.7.4. Título de capitalização custeado por pagamento único, com resgate pelo valor total.

20.7.5. A garantia em dinheiro deverá ser efetuada na Caixa Econômica Federal, em conta específica, com correção monetária, em favor da Contratante.

20.7.6. A modalidade seguro-garantia somente será aceita se contemplar todos os eventos indicados no subitem 13.3, observada a legislação que rege a matéria.

20.7.7. No caso de garantia na modalidade de fiança bancária, deverá constar expressa renúncia do fiador aos benefícios do art. 827 do Código Civil.

20.7.8. No caso de alteração do valor do contrato, ou prorrogação de sua vigência, a garantia deverá ser readequada ou renovada nas mesmas condições

20.7.9. Se o valor da garantia for utilizado total ou parcialmente em pagamento de qualquer obrigação, a Contratada obriga-se a fazer a respectiva reposição no prazo máximo de 10 dias úteis, contados da data em que for notificada.

20.7.10. A Contratante executará a garantia na forma prevista na legislação que rege a matéria.

20.7.11. A garantia prestada pela Contratada será liberada ou restituída após a execução do contrato e, quando em dinheiro, atualizada monetariamente.

20.7.12. Será considerada extinta a garantia:

20.7.13. Com a devolução da apólice, carta fiança ou autorização para o levantamento de importâncias depositadas em dinheiro a título de garantia, acompanhada de declaração da Contratante, mediante termo circunstanciado, de que a Contratada cumpriu todas as cláusulas do contrato;

20.7.14. No prazo de até 90 (noventa) dias após o término da vigência do contrato, caso a Administração não comunique a ocorrência de sinistros, quando o prazo será ampliado, nos termos da comunicação.

20.7.15. O garantidor não é parte para figurar em processo administrativo instaurado pela Contratante com o objetivo de apurar prejuízos ou aplicar sanções à Contratada.

20.7.16. A Contratada autoriza a Contratante a reter, a qualquer tempo, a garantia, na forma prevista no Edital e no Contrato.

## **21. DA GESTÃO DO CONTRATO**

21.1. O acompanhamento e a fiscalização da execução do contrato consistem na verificação da conformidade da prestação dos serviços, dos materiais, técnicas e equipamentos empregados, de forma a assegurar o perfeito cumprimento do ajuste, que serão exercidos por

um ou mais representantes da Contratante, especialmente designados por ato no Diário Oficial-ALE/RO, sendo três membros de fiscalização técnica, com formação em Publicidade e Propaganda e 1(um) gestor de contrato e 1 (um) gestor substituto, em conformidade com IN Nº009/CG/ALE-RO e IN 08/CG/ALE-RO.

21.2. O representante da Contratante deverá ter a qualificação necessária para o acompanhamento e controle da execução dos serviços e do contrato.

21.3. A verificação da adequação da prestação do serviço deverá ser realizada com base nos critérios previstos neste Termo de Referência.

21.4. A fiscalização do contrato, ao verificar que houve subdimensionamento da produtividade pactuada, sem perda da qualidade na execução do serviço, deverá comunicar à autoridade responsável para que esta promova a adequação contratual à produtividade efetivamente realizada, respeitando-se os limites de alteração dos valores contratuais.

21.5. A conformidade do material/técnica/equipamento a ser utilizado na execução dos serviços deverá ser verificada juntamente com o documento da Contratada que contenha a relação detalhada dos mesmos na proposta técnica, informando as respectivas quantidades e especificações técnicas, tais como: marca, qualidade e forma de uso.

21.6. O representante da Contratante deverá promover o registro das ocorrências verificadas, adotando as providências necessárias ao fiel cumprimento das cláusulas contratuais.

21.7. O descumprimento total ou parcial das obrigações e responsabilidades assumidas pela Contratada ensejará a aplicação de sanções administrativas, previstas neste Termo de Referência e na legislação vigente, podendo culminar em rescisão contratual.

21.8. As atividades de gestão e fiscalização da execução contratual devem ser realizadas de forma preventiva, rotineira e sistemática.

21.9. A fiscalização técnica dos contratos avaliará constantemente a execução do objeto devendo haver o redimensionamento no pagamento com base nos indicadores estabelecidos, sempre que a Contratada:

21.10. Não produzir os resultados, deixar de executar, ou não executar com a qualidade mínima exigida as atividades contratadas; ou

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

21.12. Durante a execução do objeto, o fiscal técnico deverá monitorar constantemente o nível de qualidade dos serviços para evitar a sua degeneração, devendo intervir para requerer à Contratada a correção das faltas, falhas e irregularidades constatadas.

21.13. O fiscal técnico deverá apresentar ao preposto da Contratada a avaliação da execução do objeto ou, se for o caso, a avaliação de desempenho e qualidade da prestação dos serviços realizada.

21.14. Em hipótese alguma, será admitido que a própria Contratada materialize a avaliação de desempenho e qualidade da prestação dos serviços realizada.

21.15. A Contratada poderá apresentar justificativa para a prestação do serviço com menor nível de conformidade, que poderá ser aceita pelo fiscal técnico, desde que comprovada a excepcionalidade da ocorrência, resultante exclusivamente de fatores imprevisíveis e alheios ao controle do prestador;

21.16. Na hipótese de comportamento contínuo de desconformidade da prestação do serviço em relação à qualidade exigida, bem como quando esta ultrapassar os níveis mínimos toleráveis previstos nos indicadores, além dos fatores redutores, devem ser aplicadas as sanções à Contratada de acordo com as regras previstas no ato convocatório.

21.17. O fiscal técnico poderá realizar avaliação diária, semanal ou mensal, desde que o período escolhido seja suficiente para avaliar ou, se for o caso, aferir o desempenho e qualidade da prestação dos serviços.

21.18. A conformidade do material a ser utilizado na execução dos serviços deverá ser verificada juntamente com o documento da Contratada que contenha sua relação detalhada, de acordo com o estabelecido neste Termo de Referência e na proposta, informando as respectivas quantidades e especificações técnicas, tais como: marca, qualidade e forma de uso.

21.19. A fiscalização de que trata esta cláusula não exclui, nem reduz a responsabilidade da Contratada, inclusive perante terceiros, por qualquer irregularidade, ainda que resultante de imperfeições técnicas, vícios redibitórios, ou emprego de material inadequado ou de qualidade inferior e, na ocorrência desta, não implica corresponsabilidade da Contratante ou de seus agentes, gestores e fiscais, de conformidade com o art. 120 da Lei no 14.133, de 2021.

## **22. CRITÉRIOS DE PAGAMENTO**

22.1. O pagamento será realizado no prazo máximo de até 30 (trinta) dias, contados a partir do recebimento da Nota Fiscal ou Fatura.

22.2. Os pagamentos decorrentes de despesas cujos valores não ultrapassem o limite de que trata o inciso II do art. 75 da Lei 14.133, de 2021, deverão ser efetuados no prazo de até 5 (cinco) dias úteis, contados da data da apresentação da Nota Fiscal ou Fatura.

22.3. A emissão da Nota Fiscal ou Fatura será precedida do recebimento definitivo do serviço, conforme este Termo de Referência.

22.4. A Nota Fiscal ou Fatura deverá ser obrigatoriamente acompanhada da comprovação da manutenção das condições de habilitação exigidas no edital.

22.5. O setor competente para proceder ao pagamento deve verificar se a Nota Fiscal ou Fatura apresentada expressa os elementos necessários e essenciais do documento, tais como:

22.6. O prazo de validade;

22.7. A data da emissão;

22.8. Os dados do contrato e da Contratante;

22.9. O período de prestação dos serviços;

22.10. O valor a pagar;

22.11. Eventual destaque do valor de retenções tributárias cabíveis.

22.12. Havendo erro na apresentação da Nota Fiscal ou Fatura ou dos documentos pertinentes à contratação ou, ainda, circunstância que impeça a liquidação da despesa, como, por exemplo, obrigação financeira pendente, decorrente de penalidade imposta ou inadimplência, o pagamento ficará sobrestado até que a Contratada providencie as medidas saneadoras. Nesta hipótese, o prazo para pagamento iniciar-se-á após a comprovação da regularização da situação, não acarretando qualquer ônus para a Contratante.

22.13. Tendo sido definidos parâmetros para mensuração do percentual do pagamento devido em razão dos níveis esperados de qualidade da prestação do serviço, será efetuada a retenção ou glosa no pagamento, proporcional à irregularidade verificada, sem prejuízo das sanções cabíveis, caso se constate que a Contratada:

22.14. Deixou de executar as atividades contratadas, ou não as executou com a qualidade mínima exigida;

22.15. Deixou de utilizar os materiais e recursos humanos exigidos para a execução do serviço, ou utilizou-os com qualidade ou quantidade inferior à demandada.

22.16. Será considerada data do pagamento o dia em que constar como emitida a ordem

bancária para pagamento, mas o prazo para a transferência aos fornecedores pela CONTRATADA, começa a contar do recebimento do relatório de pagamento com a relação dos beneficiados.

22.17. Constatada situação de irregularidade da Contratada, em desconformidade com a manutenção de sua habilitação, será providenciada sua notificação, por escrito, para que, no prazo de 10 (dez) dias, regularize sua situação ou, no mesmo prazo, apresente sua defesa.

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

22.19. Persistindo a irregularidade, a Contratante deverá adotar as medidas necessárias à rescisão contratual nos autos do processo administrativo correspondente, assegurada à Contratada a ampla defesa.

22.20. Será rescindido o contrato em execução com a Contratada inadimplente, salvo por motivo de economicidade, segurança nacional ou interesse público de alta relevância, devidamente justificado, em qualquer caso, pela máxima autoridade da Contratante.

22.21. Havendo a efetiva execução do objeto, os pagamentos serão realizados normalmente, até que se decida pela rescisão do contrato, caso a Contratada não regularize sua situação.

22.22. Quando do pagamento, será efetuada a retenção tributária prevista na legislação aplicável, em especial a prevista no art. 31 da Lei 8.212, de 1993, quando couber.

## **23. DO REAJUSTE**

23.1. Os preços são fixos e irremovíveis no prazo de um ano, contado da data limite para a apresentação das propostas.

23.2. Dentro do prazo de vigência do contrato e mediante solicitação da Contratada, os preços contratados poderão sofrer reajuste após o interregno de um ano, aplicando-se o índice IPCA, exclusivamente para as obrigações iniciadas e concluídas após a ocorrência da anualidade.

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

23.4. No caso de atraso ou não divulgação do índice de reajuste, a Contratante pagará à Contratada a importância calculada pela última variação conhecida, liquidando a diferença correspondente tão logo seja divulgado o índice definitivo. Fica a Contratada obrigada a apresentar memória de cálculo referente ao reajuste de preços do valor remanescente, sempre que este ocorrer.

23.5. Nas aferições finais, o índice utilizado para reajuste será, obrigatoriamente, o definitivo.

23.6. Caso o índice estabelecido para reajuste venha a ser extinto ou de qualquer forma não possa mais ser utilizado, será adotado, em substituição, o que vier a ser determinado pela legislação então em vigor.

23.7. Na ausência de previsão legal quanto ao índice substituto, as partes elegerão novo índice oficial, para reajuste do preço do valor remanescente, por meio de termo aditivo.

23.8. O reajuste poderá ser realizado por apostilamento.

## **24. DOS DEVERES DA CONTRATADA**

24.1. A Contratada deve cumprir todas as obrigações constantes no Edital, seus anexos e sua proposta, assumindo como exclusivamente seus os riscos e as despesas decorrentes da

boa e perfeita execução do objeto e, ainda:

24.1.1. Executar os serviços conforme especificações deste Termo de Referência, Briefing, seus anexos e de sua proposta, com a alocação dos empregados necessários ao perfeito cumprimento das cláusulas contratuais, além de fornecer e utilizar os materiais e equipamentos, ferramentas e utensílios necessários, na qualidade e quantidade mínimas especificadas na proposta técnica e em cumprimento ao Edital;

24.1.2. Reparar, corrigir, remover ou substituir, às suas expensas, no total ou em parte, no prazo fixado pelo fiscal do contrato, os serviços efetuados em que se verificarem vícios, defeitos ou incorreções resultantes da execução ou dos materiais empregados;

24.1.3. Responsabilizar-se pelos vícios e danos decorrentes da execução do objeto, bem como por todo e qualquer dano causado à ALE/RO, à Administração, devendo ressarcir imediatamente a Administração em sua integralidade, ficando a Contratante autorizada a descontar da garantia, caso exigida no edital, ou dos pagamentos devidos à Contratada, o valor correspondente aos danos sofridos;

24.1.4. Utilizar empregados habilitados e com conhecimentos básicos dos serviços a serem executados, em conformidade com as normas e determinações em vigor, comunicando por escrito quando houver alteração substancial em comparação com os currículos apresentados na proposta;

24.1.5. Quando não for possível a verificação da regularidade no Sistema de Cadastro de Fornecedores – SICAF, a Contratada deverá entregar ao setor responsável pela fiscalização do contrato, até o dia trinta do mês seguinte ao da prestação dos serviços, a documentação listada no art. 68 da Lei nº 14133/2021.

24.1.6. Responsabilizar-se pelo cumprimento das obrigações previstas em Acordo, Convenção, Dissídio Coletivo de Trabalho ou equivalentes das categorias abrangidas pelo contrato, por todas as obrigações trabalhistas, sociais, previdenciárias, tributárias e as demais previstas em legislação específica, cuja inadimplência não transfere a responsabilidade à Contratante;

24.1.7. Comunicar ao Fiscal do contrato, no prazo de 24 (vinte e quatro) horas, qualquer ocorrência anormal ou acidente que se verifique no local dos serviços;

24.1.8. Prestar todo esclarecimento ou informação solicitada pela Contratante ou por seus prepostos, garantindo-lhes o acesso, a qualquer tempo, ao local dos trabalhos, bem como aos documentos relativos à execução dos serviços;

24.1.9. Paralisar, por determinação da Contratante, qualquer atividade que não esteja sendo executada de acordo com a boa técnica ou que ponha em risco a segurança de pessoas ou bens de terceiros;

24.1.10. Promover a guarda, manutenção e vigilância de materiais, ferramentas, e tudo o que for necessário à execução dos serviços, durante a vigência do contrato;

24.1.11. Promover a organização técnica e administrativa dos serviços, de modo a conduzi-los eficaz e eficientemente, de acordo com os documentos e especificações que integram este Termo de Referência, no prazo determinado;

24.1.12. Conduzir os trabalhos com estrita observância às normas da legislação pertinente, cumprindo as determinações dos Poderes Públicos, mantendo sempre limpo o local dos serviços e nas melhores condições de segurança, higiene e disciplina;

24.1.13. Submeter previamente, por escrito, à Contratante, para análise e aprovação, quaisquer mudanças nos métodos executivos que fujam às especificações do memorial descritivo;

24.1.14. Não permitir a utilização de qualquer trabalho do menor de dezesseis anos, exceto na condição de aprendiz para os maiores de quatorze anos; nem permitir a utilização do

trabalho do menor de dezoito anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre;

24.1.15. Manter durante toda a vigência do contrato, em compatibilidade com as obrigações assumidas, todas as condições de habilitação e qualificação exigidas na licitação;

24.1.16. Cumprir, durante todo o período de execução do contrato, a reserva de cargos prevista em lei para pessoa com deficiência ou para reabilitado da Previdência Social, bem como as regras de acessibilidade previstas na legislação, quando a Contratada houver se beneficiado da preferência estabelecida pela Lei no 13.146, de 2015;

24.1.17. Guardar sigilo sobre todas as informações obtidas em decorrência do cumprimento do contrato;

24.1.18. Cumprir, além dos postulados legais vigentes de âmbito federal, estadual ou municipal, as normas de segurança da Contratante;

24.1.19. Prestar os serviços dentro dos parâmetros e rotinas estabelecidos, fornecendo todos os materiais, equipamentos e utensílios em quantidade, qualidade e tecnologia adequadas, com a observância às recomendações aceitas pela boa técnica, normas e legislação;

24.2. Assegurar à Contratante:

24.2.1. O direito de propriedade intelectual dos produtos desenvolvidos, inclusive sobre as eventuais adequações e atualizações que vierem a ser realizadas, logo após o recebimento de cada parcela, de forma permanente, permitindo à Contratante distribuir, alterar e utilizar os mesmos sem limitações;

24.2.2. Os direitos autorais da solução, do projeto, de suas especificações técnicas, da documentação produzida e congêneres, e de todos os demais produtos gerados na execução do contrato, inclusive aqueles produzidos por terceiros subcontratados, ficando proibida a sua utilização sem que exista autorização expressa da Contratante, sob pena de multa, sem prejuízo das sanções civis e penais cabíveis.

## **25. DOS DEVERES DA CONTRATANTE**

25.1. Exigir o cumprimento de todas as obrigações assumidas pela Contratada, de acordo com as cláusulas contratuais e os termos de sua proposta;

25.2. Exercer o acompanhamento e a fiscalização dos serviços, por servidor especialmente designado, anotando em registro próprio as falhas detectadas, indicando dia, mês e ano, bem como o nome dos empregados eventualmente envolvidos, e encaminhando os apontamentos à autoridade competente para as providências cabíveis;

25.3. Notificar a Contratada por escrito da ocorrência de eventuais imperfeições, falhas ou irregularidades constatadas no curso da execução dos serviços, fixando prazo para a sua correção, certificando-se que as soluções por ela propostas sejam as mais adequadas;

25.4. Pagar à Contratada o valor resultante da prestação do serviço, no prazo e condições estabelecidas neste Termo de Referência;

25.5. Efetuar as retenções tributárias devidas sobre o valor da Nota Fiscal/Fatura da Contratada, no que couber.

25.6. Não praticar atos de ingerência na administração da Contratada, tais como:

25.6.1. Exercer o poder de mando sobre os empregados da Contratada, devendo reportar-se somente aos prepostos ou responsáveis por ela indicados, exceto quando o objeto da contratação prever o atendimento direto, tais como nos serviços de recepção e apoio ao usuário;

25.6.2. Direcionar a contratação de pessoas para trabalhar nas empresas Contratadas;

25.6.3. Promover ou aceitar o desvio de funções dos trabalhadores da Contratada, mediante a utilização destes em atividades distintas daquelas previstas no objeto da

contratação e em relação à função específica para a qual o trabalhador foi contratado;

25.6.4. Considerar os trabalhadores da Contratada como colaboradores eventuais do próprio órgão ou entidade responsável pela contratação, especialmente para efeito de concessão de diárias e passagens.

25.7. Fornecer por escrito as informações necessárias para o desenvolvimento dos serviços objeto do contrato;

25.8. Realizar avaliações periódicas da qualidade dos serviços, após seu recebimento.

## **26. DAS SANÇÕES**

26.1. Comete infração administrativa, nos termos da lei, a licitante que, com dolo ou culpa:

26.1.1. Deixar de entregar a documentação exigida para o certame: pena – impedimento do direito de licitar e contratar com o Estado de Rondônia pelo prazo de 15 (quinze) a 120 (cento e vinte) dias;

26.1.2. Ensejar o retardamento da execução do certame: pena – impedimento do direito de licitar e contratar com o Estado de Rondônia pelo prazo de 15 (quinze) a 120 (cento e vinte) dias;

26.1.3. Não manter a proposta, salvo em decorrência de fato superveniente devidamente justificado: pena – impedimento do direito de licitar e contratar com o Estado de Rondônia pelo prazo de 15 (quinze) a 120 (cento e vinte) dias;

26.1.4. Não celebrar o contrato ou a ata de registro de preços no prazo estabelecido no edital ou não retirar/assinar/não dar recebimento ao respectivo instrumento contratual: pena – impedimento do direito de licitar e contratar com o Estado de Rondônia pelo prazo de 15 (quinze) a 120 (cento e vinte) dias e multa correspondente a 5% (cinco por cento) do valor do item de contratação;

26.1.5. Comportar-se de modo inidôneo: pena – declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com todos os entes federativos da Administração Pública Direta e Indireta pelo prazo mínimo de 3 (três) anos e máximo de 6 (seis) anos;

26.2. Além das penalidades acima, as licitantes ficarão sujeitas ao cancelamento de sua inscrição no cadastro da ALERO e, no que couber, às demais penalidades referidas no Título IV da Lei nº 14.133/2021.

26.3. Para os fins deste edital, para aplicação de qualquer das penalidades previstas, considera-se:

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

26.3.2. Não entregar qualquer documento que tenha sido exigido no edital ou solicitado pela CPL e pela Subcomissão Técnica durante o certame; ou

26.3.3. Entregar em desacordo qualquer documento que tenha sido exigido no edital ou solicitado pela CEL e pela Subcomissão Técnica durante o certame;

26.3.4. Retardar a execução do certame;

26.3.5. Não comprovar os requisitos de habilitação; ou

26.3.6. Praticar qualquer ação, ou se omitir, de modo que prejudique o bom andamento do certame;

26.3.7. Não manter a proposta;

26.3.8. Não enviar a proposta;

26.3.9. Recusar-se a enviar o detalhamento da proposta quando exigível;

26.3.10. Pedir para ser desclassificado quando encerrada a etapa competitiva; ou

- 26.3.11. Deixar de apresentar amostra;
- 26.3.12. Comportar-se de maneira inidônea;
- 26.3.13. Praticar ato que vise a frustrar os objetivos do procedimento licitatório;
- 26.3.14. Cometer fraude de qualquer natureza;
- 26.3.15. Agir em conluio ou em desconformidade com a lei;
- 26.3.16. Induzir deliberadamente a erro no julgamento;
- 26.3.17. Apresentar amostra falsificada ou deteriorada;
- 26.3.18. Realizar atos como os descritos no art. 156, IV, § 5º da Lei nº 14.133/2021;
- 26.3.19. Prestar informações falsas ou apresentar documento com informações inverídicas;  
ou
- 26.3.20. Praticar ato lesivo previsto no art. 5º da Lei nº 12.846, de 1º de agosto de 2013.
- 26.4. Não será apurada a conduta pertinente à desclassificação ocorrida antes da fase de julgamento técnico, salvo se houver indícios de má-fé.
- 26.5. Quando a ação ou omissão da licitante ou da adjudicatária ensejar o enquadramento da conduta em tipos distintos, prevalecerá aquele que comina a sanção mais gravosa.
- 26.6. Quando, em um mesmo procedimento licitatório, a licitante cometer mais de uma conduta passível de punição em itens de contratação diversos, será aplicada a pena da conduta mais gravosa, podendo ser majorada até seu patamar máximo, observado o princípio da proporcionalidade.
- 26.7. Poderá ser afastada a majoração de que trata o item anterior caso as condutas perpetradas possuam nexos causal entre si.
- 26.8. A aplicação de quaisquer das penalidades previstas neste edital será realizada mediante instauração de procedimento administrativo que assegurará o contraditório e a ampla defesa.
- 26.9. Detectada prática de conduta que, em tese, configure infração administrativa, a CPL sugerirá à Superintendência de Compras e Licitações - SCL - que inicie procedimento de apuração em processo apartado, indicando os fatos que ensejam a apuração, o enquadramento dos fatos às normas pertinentes à infração e a identificação da licitante.
- 26.10. Caso tenha sido verificada concomitante conduta que configure ato lesivo à Administração Pública previsto na Lei nº 12.846, de 1º de agosto de 2013, o rito de apuração será aquele previsto na referida lei.
- 26.11. O processo de responsabilização será conduzido por comissão ad hoc composta por 3 (três) ou mais servidores efetivos, que avaliará fatos e circunstâncias conhecidos e intimará a licitante, para que, no prazo de 15 (quinze) dias úteis, contado da publicação do Diário Oficial ALE-RO, apresente defesa escrita e especifique as provas que pretenda produzir.
- 26.12. O ofício de intimação será encaminhado também ao endereço eletrônico informado nas posturas dos licitantes ou no SICAF.
- 26.13. Exaurida a fase de instrução, a comissão poderá oportunizar a apresentação de alegações finais no prazo de 15 (quinze) dias úteis, nos termos da legislação aplicável.
- 26.14. A Comissão elaborará relatório final conclusivo no qual mencionará os fatos imputados, os dispositivos legais e regulamentares infringidos, as penas a que está sujeito o infrator, as peças principais dos autos, analisará as manifestações da defesa e indicará as provas em que se baseou para formar sua convicção, fazendo referência às folhas do processo onde se encontram.

26.15. A autoridade competente, na aplicação das sanções, levará em consideração a gravidade da conduta do infrator, o caráter educativo da pena e o dano causado à Administração, observados os princípios da proporcionalidade e da razoabilidade.

26.16. Sem modificação dos fatos narrados na autorização de abertura do processo de apuração de responsabilidade, o órgão julgador poderá atribuir definição jurídica diversa, ainda que, em consequência, sujeite o acusado à sanção de declaração de inidoneidade para licitar ou contratar.

26.17. A licitante ficará isenta das penalidades caso reconhecida força maior ou caso fortuito devidamente reconhecido pela Administração do PJSC, bem como comprovado que a conduta praticada seja decorrente de vícios ou omissões para os quais não tenha contribuído.

26.18. Na hipótese de aplicação de penalidade de multa, será emitida notificação de cobrança à licitante, que deverá fazer o recolhimento do valor aos cofres públicos no prazo de 5 (cinco) dias úteis, contados do recebimento da notificação, sob pena de cobrança judicial.

26.19. As penalidades serão obrigatoriamente registradas no SICAF após o trânsito em julgado administrativo.

26.20. Considera-se que a decisão teve o trânsito em julgado administrativo:

26.20.1. No dia útil subsequente ao término do prazo para a interposição de recurso, sem a interposição deste;

26.20.2. No dia útil subsequente à ciência da decisão em sede de recurso.

## **27. ESTIMATIVAS DO VALOR DA CONTRATAÇÃO**

27.1. O custo estimado da contratação é de R\$ 26.134.078,00 (vinte e seis milhões, cento e trinta e quatro mil e setenta e oito reais),

27.2. O valor acima está de acordo com o Estudo Técnico Preliminar (SEI nº 0234697).

27.3. As proposta de preço conterão quesitos representativos das formas de remuneração vigentes do mercado publicitário (Art.5º,V- Lei 12.232/2010), conforme a TABELA REFERENCIAL DE CUSTOS DE SERVIÇOS INTERNOS- FENAPRO ID.( 0260623) vigente no estado de Rondônia.

## **28. ADEQUAÇÃO ORÇAMENTÁRIA**

28.1. A contratação está prevista na Lei Orçamentária Anual 2024 (Lei nº 573, de 9 de janeiro de 2024), publicada em edição suplementar, no dia 9 de janeiro de 2024, Anexo IX, página 18, e no PCA - Plano Anual de Contratações 2024, de acordo com a seção 2, item 3 da planilha "Plano Anual de Contratações - SECOM" (SEI nº 0190642), anexada ao processo 100.017.000004/2024-39. Vale ressaltar que, até a data de elaboração deste ETP, o Plano Anual de Contratações 2024 encontrava-se em fase de construção.

<b>Fonte de Recursos</b>	<b>Programa</b>	<b>Ação</b>	<b>Natureza da Despesa</b>
1500 - Recursos não Vinculados de Impostos	2126 – Poder Legislativo em Ação	2665 – Realizar ações de Comunicação e Publicidade Institucional	3.3.90.39 – Outros Serviços de Terceiros – Pessoa Jurídica

## **29. CONDIÇÕES GERAIS**

29.1. Esta concorrência será processada e julgada pela Comissão Especial de Licitação-CEL, designada através de ato da Secretaria Geral- ALE/RO.

29.2. O conteúdo do presente Termo de Referência representa um estudo técnico em atendimento ao art. 6º, XXIII da Lei nº 14.133/2010 e se limita ao mínimo imprescindível à satisfação do interesse público, presente na generalidade dos serviços existentes no mercado, não consignando marca ou característica, especificação ou exigência exclusiva, excessiva,

impertinente, irrelevante ou desnecessária que possa limitar ou frustrar a competição ou a realização do objeto contratual.

29.3. Registre-se que, a manifestação por parte da Divisão de Termo de Referência da Secretaria Administrativa, fica adstrita tão somente à revisão e manifestação quanto as cláusulas contratuais gerais, e demais exigências que não afetem a parte técnica e específica do setor requisitante.

29.4. Em relação às considerações técnicas, tais como: a necessidade da contratação do objeto, a escolha de produtos/materiais/equipamentos e/ou serviços, quantitativos, justificativa da necessidade da contratação, finalidade da contratação, forma e prazo de execução, critério de julgamento, elaboração de projetos, cronograma de execução, memórias de cálculos, por consistirem especificamente ao objeto solicitado, são de inteira e exclusiva responsabilidade do órgão demandante.

29.5. As omissões, dúvidas e casos não previstos neste instrumento, serão resolvidos e decididos aplicando as regras contratuais e a Lei Federal nº 14.133/21 e suas alterações.

29.6. As questões suscitadas que não possam ser dirimidas administrativamente serão processadas e julgadas no foro da Comarca de Porto Velho/RO, com a exclusão de qualquer outro, por mais privilegiado que seja salvo nos casos previstos no art. 102, I, "d", da Constituição Federal.

## 30. DAS ASSINATURAS

**Responsável pela Solicitação:** MARCELO FREIRE PEREIRA, Superintendente de Comunicação Social-SECOM/ALE-RO

**Responsáveis pela Elaboração:** MAILSON LIMA SILVA- Assistente Legislativo- Superintendência de Comunicação Social- SECOM/ALE-RO

**Responsáveis Técnicos:** ALEXANDRE DA SILVA ALMEIDA- Assessor de Direção- Superintendência de Comunicação- SECOM/ALE-RO

**Responsáveis Técnicos:** DAVID RODRIGUES DOS PASSOS- Assessor Especial- Superintendência de Comunicação- SECOM/ALE-RO

**Responsável pela Aprovação (Autoridade Competente):** ARILDO LOPES DA SILVA- Secretário Geral-SA/ALE-RO



Documento assinado eletronicamente por **Mailson Lima Silva, Assistente Legislativo**, em 10/09/2024, às 12:08, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, § 1º, do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).



Documento assinado eletronicamente por **Marcelo Freire Pereira, Superintendente de Comunicação Social**, em 10/09/2024, às 12:16, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, § 1º, do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).



Documento assinado eletronicamente por **Alexandre da Silva Almeida, Assessor de Direção**, em 10/09/2024, às 12:19, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, § 1º, do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).



Documento assinado eletronicamente por **David Rodrigues dos Passos, Assessor Especial**, em 10/09/2024, às 12:36, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, § 1º, do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).



Documento assinado eletronicamente por **Arildo Lopes da Silva, Secretário Geral**, em 10/09/2024, às 18:23, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, § 1º, do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site <http://sei.al.ro.leg.br/validar>, informando o código verificador **0281204** e o código CRC **E29C38DE**.

---

**Referência:** Processo nº 100.292.000020/2023-91

SEI nº 0281204

---

Av. Farquar, 2562 - Bairro Arigolândia - CEP 76801-189 - Porto Velho/RO

Site [www.al.ro.leg.br](http://www.al.ro.leg.br)